`

PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPPING* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PRODUK *FASHION* PADA APLIKASI SHOPEE

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Oleh:

OBED HARIANJA

NIM: 7203210001

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

2024