

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN *SOCIAL MEDIA*
MARKETING TERHADAP *IMPULSE BUYING***

(Studi Kasus pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi Pengguna *Marketplace*)

SKRIPSI


Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Siliwangi

Oleh,

Naufal Luthfi Zarkasyi
NPM. 181002037

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Joni, S.E.I., M.E.Sy.
NIP. 198307312021211002

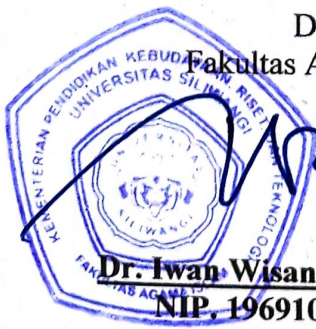
Pembimbing II,



Qiny Shonia Az Zahra, S.E., M.E.
NIP. 199306022019032021

Disahkan Oleh:

Dekan
Fakultas Agama Islam,



Dr. Iwan Wisandani, S.E.I., M.Ag.
NIP. 196910142021211002

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah,



Dr. Yusep Rafiqi, S.Ag., M.M
NIP. 197401032021211003