

PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, SHOPPING LIFESTYLE* DAN *E-STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PENGGUNA *MARKETPLACE SHOPEE*

(Studi pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Siliwangi)

SKRIPSI

Disusun Untuk Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Siliwangi



Oleh :

Kevin Alfa Prasetya

191002034

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS SILIWANGI

2025 M / 1447 H