

**PENGARUH *PRICE SENSITIVITY* DAN *FLASH SALE*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* YANG DIMEDIASI
OLEH *PERCEIVED RISK*
(Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Tasikmalaya)**

Oleh:

Agil Ramadhan

NPM 203402089

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana
pada Jurusan Manajemen**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2025**