PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA *CUSTOMER BRAND FASHION* OCLO.OFFICIAL

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Disusun Oleh :

SYIFA PUTRI RAHAYU

1219240231

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI

BANDUNG

2025