

PENGARUH *SELF CONTROL* DAN *BRAND ATTACHMENT* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA PENGGEMAR K-POP YANG MENGGUNAKAN *E-COMMERCE*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Pada Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Oleh :

Siti Lathifah Andayani

1206000169



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

BANDUNG

2024 M/ 1445 H