

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *MOTIVATION*

HEDONIC SHOPPING* TERHADAP *IMPULSE BUYING

(Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Kota Bandung)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung**



Oleh

KAILLA NUR TAPIZIAH

NIM 1209240112

BANDUNG

2024/1446H