

**PENGARUH *FLASH SALE PROMOTION, DISCOUNT, DAN ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PADA PENGGUNA *MARKETPLACE* TIKTOK SHOP
(Survei pada Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

SKRIPSI



FADLAN AZZAM FIRJATULLAH

NIM. 141200147

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN JUDUL
PENGARUH *FLASH SALE PROMOTION, DISCOUNT, DAN ONLINE*
CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING
PADA PENGGUNA *MARKETPLACE* TIKTOK SHOP
(Survei pada Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana
Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



FADLAN AZZAM FIRJATULLAH

NIM. 141200147

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA

2024