

**ANALISIS PENGARUH *DAILY PRIZE*, *FLASH SALE* DAN  
*CASHBACK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK DAN LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE  
MARKET PLACE**

**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM)**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
STIE INDONESIA BANKING SCHOOL  
JAKARTA**