

**DAMPAK *FLASH SALE* DAN DISKON TERHADAP *EMOTION* DAN
IMPULSE BUYING: STUDI PADA *MARKETPLACE SHOPEE***



Disusun Oleh:

Hadrian Alvero Damara

20201111018

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

INDONESIA BANKING SCHOOL

JAKARTA

2024