

PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE*, *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PENGGUNA TIK TOK SHOP DI WILAYAH KABUPATEN KEBUMEN

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Selly Erlinda
N.I.M. : 195503765
Program Studi : Manajemen S1

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2023