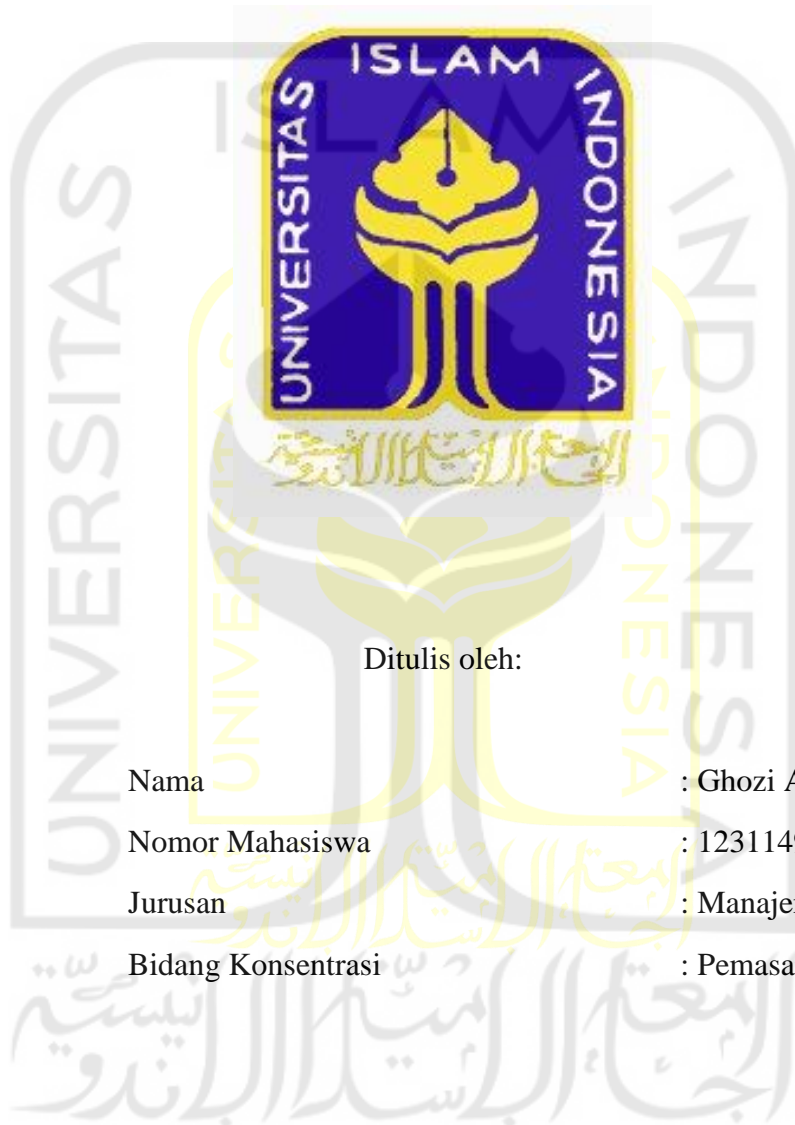


Pengaruh *Social Commerce* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dalam Instagram
(dalam Konteks Pengaruh Sosial Terhadap Produk *Fashion*)

SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Ghozi Almujaiddi
Nomor Mahasiswa : 12311499
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2019