

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *FLASH SALE* DAN *CASHBACK* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PENGGUNA TOKOPEDIA
(SURVEY PADA KONSUMEN TOKO TRENDYPLE)

THE EFFECT OF FLASH SALE AND CASHBACK ON IMPULSE BUYING BEHAVIOR ON TOKOPEDIA USERS (SURVEY ON TRENDYPLE STORE CONSUMER)

Disusun oleh :

FAISHAL OCTAVIYANTO

NIM.21217100

Telah disetujui dan disahkan sebagai skripsi pada:

Bandung, 16 Maret 2022

Menyetujui

Dosen Pembimbing



Dr. Raeni Dwi Santv SE., M.Si

NIP. 4127.34.02.006

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Assoc. Prof. Dr. Ely Suhayati SE., M.Si., Ak., CA

NIP. 4127.34.03.006

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Linna Ismawati, SE., M.Si

NIP. 4127.34.02.008