PENGARUH *FLASH SALE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP *PURCHASE INTENTION*

(Studi Pada Konsumen Produk *Fashion* Jaiza *Store* di Shopee)

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

FEVI AGUSTIN OKTAVIANI
3402220003

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2026