PENGARUH FITUR *PAYLATER*, PROMOSI *FLASH SALE*, DAN FOMO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN *E-COMMERCE* DI ERA *DOOM SPENDING*

(Suatu Studi Pada Masyarakat Desa Ciharalang)

SKRIPSI

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

Oleh

CANTIKA JULIANI
3402220090

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2026