PENGARUH PROMOSI DAN *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP *IMPULSE BUYING*

(Suatu Studi Pada Konsumen *Coffee shop* Cinco.K In Town Di Tasikmalaya)

SKRIPSI

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

Oleh :

WITA HALIMATUSSADIYAH

3402220337



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH

2026