

**PENGARUH *LOW SELF-CONTROL, FEAR OF MISSING OUT (FOMO), ONLINE
REVIEWS, HEDONIC MOTIVATIONS, MATERIALISM* DAN *PRICE VALUE*
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* MELALUI *IMPULSIVENESS OF SOCIAL
NETWORKS* DAN *POSITIVE ATTITUDE TOWARD TARGETED ADVERTISING* DI
KALANGAN KONSUMEN MUDA SHOPEE INDONESIA**

THESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari
Program Studi Magister Manajemen

Disusun oleh:

CUT TAMARA FALAJUNAH

204012410058



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**