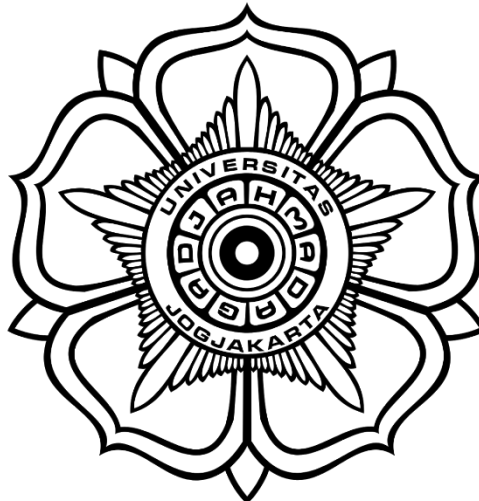


**PERAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
PADA PRODUK *FASHION* DI *E-MARKETPLACE* DENGAN *SELF-  
REGULATION* SEBAGAI MODERATOR**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Psikologi  
Universitas Gadjah Mada untuk Memenuhi  
Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Psikologi



**MAURISTA AZ-ZAHRA SETYA MARUNDA  
18/424497/PS/07574**

**PROGRAM STUDI SARJANA  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS GADJAH MADA  
YOGYAKARTA  
2022**