

**FAKTOR YANG MEMENGARUHI *IMPULSE BUYING
TENDENCIES* (IBT) PADA PEMBELANJAAN PRODUK
FASHION SECARA ONLINE DI INDONESIA**

Tesis
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh
Suharyeni Meilya
17/421955/PEK/23532

**Kepada
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2021**