

**PENGARUH TESTIMONI, *SELEBGRAM* DAN GAMBAR PRODUK *FASHION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN PADA MEDIA SOSIAL
*INSTAGRAM***

SKRIPSI



Oleh :

ARDIANSYAH
14021122/FE/MA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA**

2018