HALAMAN PENGESAHAN

Artikel Berjudul :

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *LIVE SHOPPING EXPERIENCE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* GEN Z DENGAN *EMOTIONAL AROUSAL* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PLATFORM *E-COMMERCE*

Oleh :

Ali Sahruddin

204212002

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

Telah Diperiksa Dan Disetujui Oleh Pembimbing Serta Telah Diperkenankan Untuk Diujikan

Dosen Pembimbing

Irsal Fauzi, S.E.,M.M
(NIDN : 0609078501)