HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA TOKO *ONLINE*

(Studi pada Lazada Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi S1 Ilmu Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

WINDA PERMATASARI LINGGA

1203120141

Pembimbing,

Devilia Sari, S.T., M.S.M.

NIP : 14811283-1

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2015