

**PENGARUH MOTIF HEDONIK DAN *BROWSING* TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PADA PEMBELIAN *ONLINE* PRODUK  
*FASHION***

***THE INFLUENCE OF HEDONIC MOTIVE AND BROWSING TO  
IMPULSE BUYING ON ONLINE PURCHASING FASHION PRODUCT***



Oleh:

**RORO AGUNG PRIHATINI**

**20120410189**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2016**