

SKRIPSI

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

***THE INFLUENCE OF HEDONIC MOTIVE AND BROWSING TOWARD
IMPULSIVE BUYING ON ONLINE PURCHASING FASHION PRODUCT***

SKRIPSI

Diajukan oleh


RORO AGUNG PRIHATINI

20120410189


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 30 April 2016
Yang terdiri dari



Dr. Susanto, MS
Ketua Tim Penguji

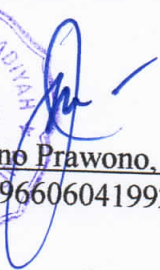
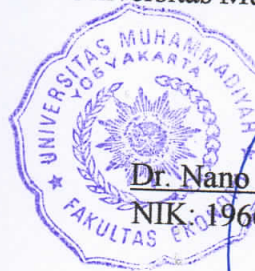


Dr. Siti Dyah Handayani, M.M
Anggota Tim Penguji



Drs. Winarso, M.M
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Dr. Nano Prawono, S.E., M.Si
NIK: 1966060419920214301