PENGARUH *DISPLAY* TOKO DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (*IMPULSIVE)* PADA KONSUMEN THE OASIS FACTORY OUTLET BANDUNG

The Influence Of Store Display And Hedonic Shopping Motivation To Impulsive Buying On Cunsomers The Oasis Factory Outlet Bandung

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Dalam menempuh Jenjang SI
Program Studi Manajemen

Oleh :

SRI SEPTIANI BAGJA RAHAYU
21207141



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2 0 1 1