PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN MOTIVASI BELANJA BERDASARKAN KESENANGAN *(HEDONIC)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO AQITA AQUARIUM BANDUNG

The effect of store atmosphere and motivation shop store by pleasure (hedonic) decisions to purchase at aqita aquarium store Bandung

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:
Nama : Melisa Melin
NIM : 21209128



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG

2013