PENGARUH KECANDUAN INTERNET, DAYA TARIK IKLAN INTERNET DAN KEPEMILIKAN KARTU KREDIT TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF ONLINE
(Survey pada konsumen di DSVN Bandung)

THE INFLUENCE OF INTERNET ADDICTION, ATTRACTION AND OWNERSHIP OF INTERNET ADVERTISING CREDIT CARD TO CONDUCT ONLINE IMPULSE PURCHASES
(Survey on consumers in DSVN Bandung)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh Jenjang S1

Program Studi Manajemen Pemasaran

MUAMAR FACHMI MAULANA

21212078



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2016