PENGARUH DISPLAY PRODUK DAN MOTIVASI BELANJA BERDASARKAN KESENANGAN (HEDONIC) TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF

(Suatu Survey Pada Konsumen CV Rabbani Asysa Jl Dipatiukur-Bandung)

The Influence Of Product Display And Hedonic Shopping Motivation To Impulsive Buying a Survey at CV Rabbani Asysa Dipatiukur-Bandung

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Dalam menempuh Jenjang S1
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

Nurul Zakiyah 21213168



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2017