

**PENGARUH KESENANGAN HEDONIS
DAN KETERSEDIAAN UANG
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
(STUDI PADA KONSUMEN TOKOPEDIA)**

*The Effect of Hedonic Motives and Availability of Money of Impulse Purchases
(Study on Tokopedia Consumers)*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menyelesaikan Jenjang
Sarjana (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Komputer Indonesia

Oleh :

AHMAD PANJI MAHENDRA

21217105



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG**

2021