

**PERILAKU *IMPULSE BUYING* DI TOKO *ONLINE SHOPEE* DENGAN
FAKTOR *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*, *PRICE DISCOUNT* DAN
PEMBAYARAN ELEKTRONIK**

SKRIPSI



Oleh

RINI SEPTIANA

1612119008P

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
LAMPUNG
2020**