ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS WEBSITE, *E-WOM* DAN MOTIF BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF

(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee.co.id di Kota Semarang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

Adrian Ramadhan

NIM. 12010115130217

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2019