

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS  
DAN *BROWSING* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
PRODUK PAKAIAN PADA SITUS BELANJA *ONLINE*  
SHOPEE INDONESIA**

**(Studi pada Pengguna Shopee Indonesia di Semarang)**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh :  
**RAHMADINI UTAMI**  
**NIM. 12010116130245**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2020**