

**PENGARUH MOTIF HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN TIDAK
TERENCANA MELALUI EFEK MEDIASI Pencarian Informasi DAN
GAYA HIDUP BERBELANJA PADA REMAJA**

**THE EFFECT OF HEDONIC MOTIVES TO IMPULSE BUYING WITH
BROWSING AND SHOPPING LIFESTYLE AS MEDIATING VARIABLE
ON YOUTH**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Lalu Alfin Indra Kusuma
20130410480

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017