

HALAMAN PERSETUJUAN

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

Diajukan oleh

Lalu Alfin Indra Kusuma

20130410480



Telah disetujui oleh:

Pembimbing

Indah Fatmawati, Dr., SE, MSi  
NIK: 19690816199303143029

Tanggal .....

HALAMAN PENGESAHAN

**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**

Diajukan oleh

**LALU ALFIN INDRA KUSUMA**

**20130410480**

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**30 Maret 2017**

Yang terdiri dari

Siti Dyah Handayani, Dr., MM.

NIK: 19680531199202143012

Ketua Tim Penguji



Indah Fatmawati, Dr., SE. M.Si

NIP: 19690816199303143029

Anggota Tim Penguji



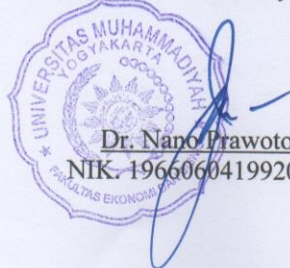
Susanto, Dr., M.S

NIP: 195212231980031003

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Dr. Nano Prawoto, M.Si

NIK: 19660604199202143016