

**PENGARUH MOTIF HEDONIS DAN GAYA BELANJA TERHADAP EMOSI
POSITIF SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF**
(Survey Online Konsumen Aplikasi Shopee Daerah Istimewa Yogyakarta)

**THE EFFECT OF HEDONIC MOTIVES AND SHOPPING STYLES ON POSITIVE
EMOTIONS AND ITS IMPACT ON IMPULSION PURCHASE DECISIONS**
(Online Survey of Shopee Daerah Istimewa Yogyakarta Application Customers)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Septina Norma Clousda

20160410258

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019