

**IMPLIKASI NILAI HEDONIK MELALUI EMOSI POSITIF,  
KEPRIBADIAN DAN MOTIVASI TERHADAP *IMPULSE*  
*BUYING* PADA PRODUK *FASHION*  
(STUDI PADA KONSUMEN CENTRAL PLAZA  
KOTA BANDAR LAMPUNG)**

**Oleh  
Natalia**

**Skripsi**

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar

**SARJANA ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

Jurusan Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2014**