

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

**Skripsi**

Oleh  
**Natalia**



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