

**PENGARUH *WEBSITE QUALITY* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA TOKOPEDIA DENGAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**  
(Survei pada pelanggan *online* Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta)

**SKRIPSI**



**ERIKA TRI NURDIANTI**

**NIM. 141180154**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
YOGYAKARTA  
2022**