

**PENGARUH SALES PROMOTION, SHOPPING LIFESTYLE, DAN
HEDONIC SHOPPING MOTIVATION TERHADAP IMPULSE BUYING
PADA E-COMMERCE LAZADA**

**(Survei Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta)**

SKRIPSI



HESTI MURDIANTI

NIM. 141200023

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2024