

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *HEDONIC SHOPPING VALUE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA TOKOPEDIA
(STUDI PADA MAHASISWA FEB
ULM BANJARMASIN)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

**CHANDRA ALI RUTANDI
NIM: C1B115040
PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2020