**PENGARUH MOTIVASI HEDONIK DAN EMOSI POSITIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA PRODUK *FASHION* WANITA DALAM PEMBELIAN MELALUI INSTAGRAM**

**(Studi Kasus Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang)**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagai syarat**

**untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)**

**Program Studi Manajemen**

****

****

**Oleh:**

**DITA QUTHNI AGUSTIN**

**1461175**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)**

**PGRI DEWANTARA**

**JOMBANG**

**2018**