

TUGAS AKHIR

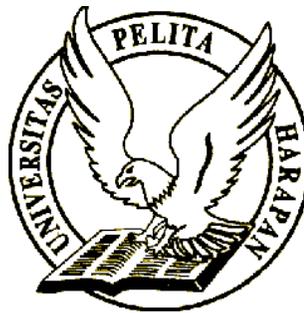
PENGARUH SIFAT PELANGGAN(*CUSTOMER TRAITS*) DAN FAKTOR SITUASIONAL (*SITUATIONAL FACTORS*) TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (*IMPULSE BUYING*) PADA TOKO H&M

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

NAMA : NOVRISTA MUTIARA

NPM : 00000012690



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
TANGERANG
2018**