

Pengaruh Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Yang Dimediasi Emosi Positif (Survei Pada Konsumen Toko Fashion di Kota "X")

Title	Pengaruh Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Yang Dimediasi Emosi Positif (Survei Pada Konsumen Toko Fashion di Kota "X")
Abstract	
Authors	D Ikanubun, SM Setyawati, NC Afif
Journal Name	Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi 21 (1), 2019
Publish Year	2019
Citation	10
Url	<a "x")"="" (survei="" buying="" di="" dimediasi="" emosi="" fashion="" hedonic="" href="https://scholar.google.com/scholar?q=+intitle:" impulse="" konsumen="" kota="" pada="" pengaruh="" positif="" shopping="" terhadap="" toko="" yang="">https://scholar.google.com/scholar?q=+intitle:"Pengaruh Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Yang Dimediasi Emosi Positif (Survei Pada Konsumen Toko Fashion di Kota "X")
Author	Dr. NUR CHOIRUL AFIF, S.E., M.Si, M.M.