

**PERAN NILAI BELANJA *UTILITARIAN* DAN *HEDONIC*
DALAM MENINGKATKAN *REPURCHASE INTENTION*
MELALUI PEMBELIAN *ONLINE IMPULSIF* PADA
*E-COMMERCE***

SKRIPSI

**RYSA NOVITA
NIM.220410164**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JUNI, 2026**

**PERAN NILAI BELANJA *UTILITARIAN* DAN *HEDONIC*
DALAM MENINGKATKAN *REPURCHASE INTENTION*
MELALUI PEMBELIAN *ONLINE IMPULSIF*
PADA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen

RYSA NOVITA
NIM.220410164



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JUNI, 2026**