

**ANALISIS PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*,
HEDONIC VALUE, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI EMOSI PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pranadjaya Coffee Sragen)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

TSALATSA NUR KHOFIFA

NIM. 12010119120043

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2023