

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, EMOSI
POSITIF DAN *STORE ENVIRONMENT*
TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING***
(Studi Kasus Pada Pelanggan Swalayan Tong Hien di Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

BRIAN PERMANA PUTRA
12010110141002

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014