

ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN ATMOSFER GERAI TERHADAP IMPULSE BUYING MELALUI EMOSI POSITIF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Toko Busana Muslim Kharisma Banyumanik Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

FAISHAL FAHD

NIM. 12010111140251

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2015