

PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN

IMPULSIF YANG DIMEDIASI *EMOSI POSITIF*

(Studi pada Konsumen Matahari *Department. Store* Klaten)

SKRIPSI



Di Susun Oleh :

Intan Maharani

141120236

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN ”
YOGYAKARTA
2017**