

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, BELANJA HEDONIS,
DAN *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA
PERUSAHAAN RETAIL UNIQLO DI YOGYAKARTA**

(Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Uniqlo di Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

AKBAR SYAH ALAM
141160383

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

2020

