

Pengaruh Consumers' Perception of Usability of Product Packaging dan Influential Factors terhadap Impulse Buying Intention Melalui Customers' Mood pada Produk Kosmetik
(Survey pada Produk *The Face Shop Coca Cola* di JABOBEK)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

DEA AYUNDASARI

NIM. 141160098

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

2020