

**PENGARUH MOTIF HEDONIS, KETERTARIKAN *FASHION*, DAN EMOSI  
POSITIF TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *FASHION*  
DENGAN PROMOSI PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

**(Studi pada Pelanggan Parkson Departement Store di Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana  
Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



**JASMINE AZHARI FINDRA KENDAGA**

**NIM. 141160105**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
YOGYAKARTA**

**2020**