

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *LIFESTYLE* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* MELALUI *POSITIVE EMOTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Survei Pada Konsumen Generasi Z *Live Streaming* TikTok Shop di
Kabupaten Sleman)**



Disusun Oleh :

VANIA GLADYS SUWANDI

141200006

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN JUDUL
PENGARUH *PRICE DISCOUNT, LIFESTYLE* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* MELALUI *POSITIVE EMOTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Survei Pada Konsumen Generasi Z *Live Streaming* TikTok Shop di
Kabupaten Sleman)



Disusun Oleh :

VANIA GLADYS SUWANDI

141200006

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

2024