

SKRIPSI

PENGARUH EMOSI POSITIF SEBAGAI MEDIATOR

VARIABEL LAIN TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DI TOKO

OFFLINE NIKE

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : BETHANYA E MANGUNDAP
NPM : 01011170061



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2023