

**ANALISIS PENGARUH *HEDONIC SHOPPING TENDENCY* DAN
VISUAL MERCHANDISING TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN
POSITIVE EMOTION SEBAGAI *VARIABEL INTERVENING* PADA
*MODERN RETAIL GRAMEDIA (Taman anggrek)***



Di Susun Oleh :

Eliawati

43114120316

Dosen Pembimbing :

Tri Wahyono S.E., M.M.,

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2019