

**PENGARUH *OUTLET AMBIENCE, HEDONIC* DAN *UTILITARIAN*  
*SHOPPING VALUE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *SHOPPING*  
*EMOTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi pada Konsumen “Emak-Emak” di Miniso)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



**Nama : Muhammad Mujadid**

**NIM : 43116010324**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2019**