



**PERAN *POSITIVE EMOTION* DALAM MEMEDIASI PENGARUH
VISUAL MERCHANDISING DAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN
OH! SOME DI JEMBER**

*THE ROLE OF POSITIVE EMOTION IN MEDIATING THE INFLUENCE OF
VISUAL MERCHANDISING AND HEDONIC SHOPPING MOTIVATION
ON IMPULSE BUYING IN OH! SOME JEMBER*

SKRIPSI

Oleh:

Yumna Nur Azizah

NIM 220810201107

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

2026