

**PENGARUH PROMOSI DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *SHOPPING EMOTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MIROTA KAMPUS YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF PROMOTIONS AND STORE ATMOSPHERE ON IMPULSE BUYING WITH SHOPPING EMOTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT MIROTA KAMPUS YOGYAKARTA***

Diajukan oleh:

**DARA KANIA INDRASWARI  
20130410196**



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Hasnah Rimiati, Dra., M.Si.

NIK: 19621015198904 143 006

Tanggal 27 Maret 2017