

**PENGARUH SUASANA TOKO, GAYA HIDUP BELANJA DAN
KETERSEDIAAN WAKTU TERHADAP RESPON EMOSIONAL DAN
PEMBELIAN IMPULSIF**

*THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, SHOPPING LIFESTYLE
AND TIME AVAILABILITY ON EMOTIONAL RESPONSE AND IMPULSE
BUYING*



Oleh:

FITRI DWI ASTUTI

20150410173

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**