

**PEMBELIAN IMPULSIF DIPENGARUHI LINGKUNGAN  
TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN MELALUI EMOSI  
POSITIF**

(Studi Kasus IKEA Kota Baru Parahyangan)

***IMPULSIF BUYING ARE INFLUENCED BY STORE  
ENVIRONMENT AND SALES PROMOTION THROUGH  
POSITIVE EMOTIONS***

*(Case Study at IKEA New City Parahyangan)*

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Strata 1 (S1) Pada Program Studi Manajemen

Oleh:

**21220092**

**RIDWAN AL-FARIZ**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA  
2024**