DAMPAK LINGKUNGAN BELANJA DAN RESPON EMOSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA GIANT HYPERMARKET-BANDUNG SUPERMALL

Environmental Impact Of Consumer Spending And Emotional Responses To Purchase The Giant Hypermarket Unplanned-Bandung Supermall

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Dalam menempuh Jenjang SI
Program Studi Manajemen

Oleh :

Irma Puspa Dewi
21207050



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2 0 1 1