

SKRIPSI

PENGARUH INFORMASI, *PLEASURE* DAN *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HOTWHEELS* DENGAN EMOSI POSITIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KOMUNITAS DIECASTER PURWOKERTO



Disusun Oleh:

NOLAN KEANE SIMON SETIAWAN

NIM C1B019026

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2023**