

SKRIPSI

**PENGARUH *COSTUMER EXPERIENCE*, *FASHION INVOLVEMENT*,
DAN *VISUAL MERCHANDISING* PADA *IMPULSIVE BUYING* DENGAN
POSITIVE EMOTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA PENGUNJUNG DI BANYUMAS *THRIFT MARKET*)**



Disusun Oleh:

IDAM IMANUDIN

NIM C1B019082

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN

TEKNOLOGI

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

2023