

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT FRAMING* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION* DAN *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN *E-COMMERCE* DI INDONESIA**



Oleh :

SALSABILLA WINDA ANTARTICA

NIM C1B019109

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