

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION* DAN *SALES PROMOTION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *POSITIVE EMOTION* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA *MARKETPLACE SHOPEE***

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen dari Program Studi Manajemen

Disusun oleh:

RIA SANTI APRILIA

2401192063



**MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2022**