



UNIVERSITAS INTERNASIONAL
SEMEN INDONESIA

SKRIPSI – MG12SK46

PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING, STORE ATMOSPHERE, AVAILABILITY OF MONEY* DAN *PROMOTIONAL ACTIVITY* TERHADAP *IMPULSE BUYING BEHAVIOR INTENTION* KKV PAKUWON MALL SURABAYA

**Oleh:
AHMAD ANDI RUSDIANTO
NIM: 1011810006**

**DOSEN PEMBIMBING
ROSA RILANTIANA, S.E., M.M.**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
TAHUN 2022**