

TESIS

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *IN STORE PROMOTION* DAN *VISUAL MERCHANDISE* TERHADAP *POSITIVE EMOTION* DAN *IMPULSE BUYING*

**(Studi Pada Konsumen Apotek Kimia Farma di Banjarmasin, Banjarbaru,
Pelaihari dan Kandangan)**

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada
Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat



Oleh :

**RISA AMELIA
NIM 1720318320034**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2020**