

**PENGARUH KETERLIBATAN *FASHION (FASHION INVOLVEMENT)* DAN NILAI BELANJA *HEDONIC (HEDONIC SHOPPING VALUE)* TERHADAP PEMBELIAN *IMPULSE* PRODUK FASHION YANG DI MEDIASI *POSITIF EMOTION***

**SKRIPSI**

**IRVAN  
NIM.210410044**



**universitas  
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH  
LHOKSEUMAWE  
JULI,2025**

**PENGARUH KETERLIBATAN *FASHION (FASHION INVOLVEMENT)* DAN NILAI BELANJA *HEDONIC (HEDONIC SHOPPING VALUE)* TERHADAP PEMBELIAN *IMPULSE* PRODUK FASHION YANG DI MEDIASI *POSITIF EMOTION***

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk melengkapi tugas – tugas dan memenuhi syarat – syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**IRVAN  
NIM.210410044**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH  
LHOKSEUMAWE  
JULI,2025**

