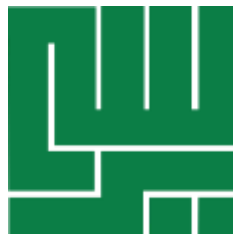


**PENGARUH DISKON DAN MOTIVASI BELANJA
HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI
EMOSI POSITIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI SERTA
TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM**
(Studi pada Konsumen Generasi Z yang Berdomisili di DKI Jakarta
yang Berbelanja di Toko Sociolla *Offline*)



SKRIPSI
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi S-1 Manajemen

Oleh:
TIYA NAZRIYANTI
1202022098

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS YARSI
JAKARTA
2026