

**ANALISIS PENGARUH ATMOSFIR TOKO DAN FAKTOR
SOSIAL TERHADAP *EMOTIONAL RESPONSE* YANG
BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI TOKO-TOKO RITEL PERLENGKAPAN BAYI DI ITC
MANGGA DUA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Sarjana Bisnis



UNIVERSITAS AGUNG PODOMORO

JAKARTA

2020