PERAN MEDIASI *POSITIVE EMOTION* DALAM MENJELASKAN PENGARUH *HEDONIC CONSUMPTION* DAN *FLASH SALE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PRODUK AVOSKIN DI APLIKASI *SHOPEE*

(Studi Kasus Konsumen Gen Z Produk Avoskin Pada Aplikasi Shopee di Provinsi Jawa Barat)

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen

Disusun oleh:

Gun Gun Supriatno

51422220089

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS PASCASARJANA

UNIVERSITAS WIDYATAMA

BANDUNG

2025