

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA,
PENGARUH SOSIAL, PERSEPSI
KENYAMANAN, DAN PEMAHAMAN
KONSUMSI ISLAM TERHADAP *PURE
IMPULSIVE BUYING* (STUDI PADA GENERASI
Z MUSLIM DI KOTA SEMARANG)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

FEB UNDIP

Disusun Oleh:

ALIYA VASHIA AKENAKA
NIM. 12020220140134

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024