

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *VANITY SEEKING* DAN *MATERIALISM*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUCT CONVERSE (STUDI KASUS PADA
GENERASI Z DI PVJ KOTA BANDUNG)**

USULAN PENELITIAN

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh jenjang S1

Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

ERDI SAEPULOH

21218079



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2022