

LEMBAR PENGESAHAN

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

*"Analisis Of The Effect Of Brand Image, Vanity Seeking And Materialism On Product Converse
Purchase Interest*

(Case Study On Generation Z In PVJ, Bandung City)"

Disusun Oleh :
Erdi Saepuloh
NIM. 21218079

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Skripsi
Pada 25 Agustus 2022

Menyetujui,

Dosen Pembimbing


Dr. Raeni Dwi Santy, SE., M.Si.
NIP. 4127.34.02.006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoe. Prof. Dr. Ely Suhayati, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 4127.34.03.006

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Anna Ismawati, S.E., M.Si.
NIP. 4127.34.02.008