

**Pengaruh Materialisme dan Hedonic Shopping Value  
Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Zara di  
PVJ Bandung**

“The Effect of Materialism and Hedonic Shopping Value on Impulse Buying of  
Zara Consumer in PVJ Bandung”

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Putri Jallyanti**

**21219158**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA**

**BANDUNG**

**2023**