

SKRIPSI

**PENGARUH *CONSUMER KNOWLEDGE, REFERENCE
GROUP INFLUENCE, LUXURY BRAND ACCESSIBILITY*
TERHADAP *INDIVIDUAL LUXURY VALUE PERCEPTION*
PADA *CONSUMER BEHAVIOR BRAND HERMES***

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : AMANDA MARCELLA WIRANATA

NPM : 01011190053



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2022**