

**PENGARUH LUXURY BRAND PERCEPTION DAN
SOCIAL INFLUENCE TERHADAP PURCHASE
INTENTION PADA PRODUK PARFUM HMNS DI
KOTA BANDUNG DENGAN MODERASI TRAIT OF
VANITY**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh :
Naswan Ulwan Musapa
1501213098



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**