

PENGARUH *SOCIAL RISK*, *PERFORMANCE RISK*, *HEDONIC SOCIAL VALUE*, *UTILITARIAN ACHIEVEMENT VALUE*, DAN *FRUGAL SHOPPING BEHAVIOR* TERHADAP *PERCEIVED ENJOYMENT* PADA PEMBELIAN PAKAIAN *SECONDHAND*

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :
Salva Lucretia Marlian
1501210346



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