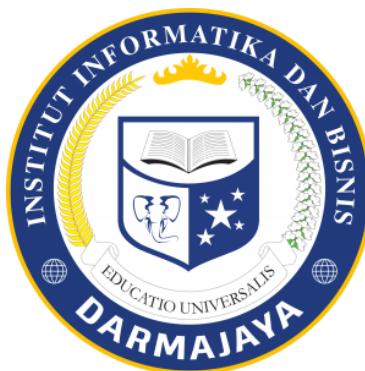


PENGARUH NILAI EMOSIONAL, NILAI FUNGSIONAL, NILAI SOSIAL, DAN EVENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIRTUAL ITEM GAME ONLINE
(STUDI MOBILE LEGENDS : BANG – BANG)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Annisa Andini

1912110412

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
2023**