

**PENGARUH *SELF-ACCEPTANCE IMPORTANCE*, *AFFILIATION
IMPORTANCE*, AND *COMMUNITY FEELING IMPORTANCE*
TERHADAP *COMPULSIVE BUYING***

(Survey pada Wanita Karier yang berbelanja di Mall Ambarukmo, Malioboro dan Galeria)

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Strata 1
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta**

Disusun Oleh :

ANISA SUSANTI

NIM: 141 080 293

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA**

2012