

**ANALISIS PENGARUH *SCARCITY* TERHADAP  
*IMPULSE BUYING* DENGAN *FEAR OF  
MISSING OUT* (FOMO) SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING  
(Studi pada Pembelian *Thrift* melalui *Live streaming*  
TikTok di Semarang)**



**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

**Disusun oleh :**

**EMBUN RAHMAH NURPRATIWI  
NIM. 12010123410090**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2025**