

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED SCARCITY*
TERHADAP *IMPULSE BUYING TENDENCIES*
DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Eksperimen pada Pelanggan Fast Fashion di Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

IRNADITYA DWI PRAWESTI

NIM. 12010121140275

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025