

**PENGARUH FOMO, *CO-BRANDING*, DAN *ODD*
ENDING PRICE TERHADAP *PURCHASE*
DECISION DENGAN *PURCHASE INTENTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(studi pada pengguna Aerostreet di kota Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

DIMAS DANISWARA ARYASATYA WIJONARKO

NIM. 12010121130155

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2025