

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* PADA
TIKTOK TERHADAP *PURCHASE DECISION*
DENGAN FOMO, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND
AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada *Beauty Product Skintific* di Indonesia)**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**NANDYA SALMA CELESTIA
NIM. 12010122140241**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**