

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT SCARCITY*
DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP NIAT BELI MELALUI *PERCEIVED*
UNIQUENESS DAN *ONLINE TRUST IN BRAND*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENSI
(Studi Kasus Pada Konsumen Dear Me Beauty di
Kota Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:
Rif'at Syahira Basri
NIM. 12010121140251

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**