

***PENGARUH FEAR OF MISSING OUT DAN ENTERTAINMENT VALUE
TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN CONSUMER BRAND***

ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi pada Konsumen Matahari Department Store di Indonesia)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

ADELLA MAHARANI

NIM : 12010122130170

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2026