

**ANALISIS PENGARUH *SCARCITY* TERHADAP
IMPULSE BUYING DENGAN *FEAR OF
MISSING OUT* (FOMO) SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi pada Pembelian *Thrift* melalui *Live streaming*
TikTok di Semarang)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun oleh :

**EMBUN RAHMAH NURPRATIWI
NIM. 12010123410090**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**