

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED SCARCITY*
TERHADAP *IMPULSE BUYING TENDENCIES*
DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)**

SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Eksperimen pada Pelanggan Fast Fashion di Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

IRNADITYA DWI PRAWESTI

NIM. 12010121140275

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2025