PENGARUH F0MO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN IMPULSE BUYING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI: STUDI PADA KOLABORASI BRAND LOKAL DENGAN ANIME

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis dari Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

Nama: Regina Pinkan Syawalani

NIM: 1501210413



ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2025