

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *HEDONIC MOTIVATION*, DAN
PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA
KONSUMEN MEREK SOMETHINC DI TIKTOK SHOP DIMEDIASI
*FEAR OF MISSING OUT (FOMO)***

SKRIPSI



DEA MUFTIYANI
NIM. 141210073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2025**