

PENGARUH *CREDIBILITY ENDORSEMENT* DAN *SOCIAL*

MEDIA CONTENT* TERHADAP *PURCHASE DECISION

DIMEDIASI OLEH *FEAR OF MISSING OUT*

(Survei pada Konsumen Parfum Saff & Co. di Jogja *Fragrance Community*)

SKRIPSI



HILMY FARMADIKA RAKHMAN

NIM. 141210136

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2025