

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN MEDIASI FoMO (*Fear of Missing Out*)**
(Studi Kasus pada Konsumen Bittersweet by Najla di Tiktok Shop)

***THE INFLUENCE OF INFLUENCER MARKETING ON PURCHASE
DECISIONS WITH FOMO (FEAR OF MISSING OUT) MEDIATION***
(Case Study on Bittersweet by Najla Consumers on TikTok Shop)

ILHAM NURHAKIM KUSUMAH
NIM. 21220182

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Skripsi pada tanggal:
12 September 2024

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Assoc. Prof. Dr. Raeni Dwi Santy, S.E., M.Si, CIMA
NIP. 4127.34.02.006

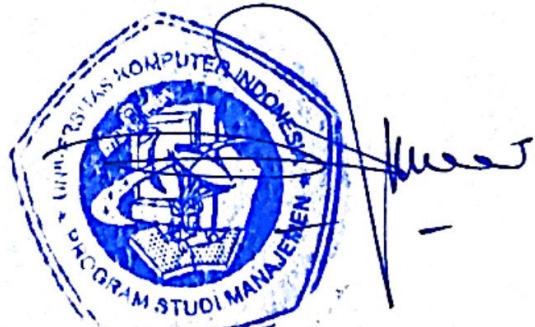
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Assoc. Prof. Dr. Ely Suhayati, S.E., M.Si., Ak., CA., CFA.
NIP. 4127.34.03.006



Dr. Linna Ismawati, SE., M.Si. CFRM
NIP. 4127.34.02.008