

**Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Fear of Missing Out (FOMO)*
terhadap *Impulsive Buying* Produk Skincare di TikTok Shop pada
Mahasiswa Semester 6 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Kadiri**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



OLEH :

CANSA AYU FERNANDA

NIM: 202204010432

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS KADIRI
KEDIRI**

2026