HALAMAN PENGESAHAN

Artikel Berjudul:

PENGARUH HEDONIC SHOPPING VALUE, LIFESTYLE, DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA PRODUK FASHION DI SHOPEE

Disusun oleh:

VERA RAHMAWATI

201221011

Telah disetujui dan disahkan oleh pembimbing skripsi Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Hukum dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo

Ungaran, 12 Februari 2026
Pembimbing

Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M
NIDN. 0623039201