

**Pengaruh Utilitarian Value Dan Hedonic Value Pada Emotional Pleasure Dan Purchase
Intention Mykonos: Dimediasi Oleh Flow Experience Di TikTok Shop**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1Manajemen dari Program
Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

Ayuriani Farras Afifah

1401213042



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMARIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

2025