

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, R. Z. (2022). *Pengaruh Harga, Brand Awareness, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani*.
- Amelia Setyawati, A. R. (2022). Manajemen Pemasaran di Era Bisnis Yang Serba Cepat. In *Media Nusa Creative* (Issue 8.5.2017).
- Arikunto. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Askari, M., & Rashid, R. M. (2024). FOMO: a hazard or an opportunity, its impact on Fashion Buying, with the Mediating effect of anxiety and the role of Conspicuous sharing: FOMO and Fashion Buying. *Journal of Business & Tourism*, 10(02), 39-55.
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen ekowisata. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 68-78.
- Bancin, J. B. (2018). Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian). In *Surabaya: Jaka Media*.
- Bowman, N. D., & Clark-Gordon, C. V. (2019). *Fear of Missing Out* scale. In *Communication Research Measures III: A Sourcebook*. <https://doi.org/10.4324/9780203730188-29>
- Budiono, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 17(02), 1-15.
- Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. (2023). FoMO: kecemasan digital di kalangan pengguna tikTok. *Emik*, 6(2), 198-215.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*, 6(2).
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS IBM 25*.

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1).

<https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.48-56>

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Repository.Unitomo.Ac.Id*.

Kognisi, P. K., Risiko, P., Jenis, D. A. N., Bidori, F., Puspitowati, L. I. dan I., Wijaya, I. G. B., Alifah, U., Artikel, I., Paedagoria, S. N., Anwar, I., Jamal, M. T., Saleem, I., Thoudam, P., Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. M. B., Hussain, S. A., Witcher, B. J., ... alma. (2021). ANALISIS DIMENSI *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP PHUBBING YANG DIBEDAKAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN. In *Industry and Higher Education* (Vol. 3, Issue 1).

Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). Marketing. In *BMC Public Health* (Vol. 5, Issue 1).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management 14-Edition. In *Pearson Practice Hall*.

Leskin, P. (2020). *Inside the rise of TikTok , the viral video- sharing app wildly popular with teens and loathed by the Trump administration*. Business Insider.

Lim, C., Genoviene, F., Riyanto, B., & Abdillah, F. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Keputusan Pembelian Donut of Curiosity. In *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata* (Vol. 6, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>

Mutia Syahidah, A. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador (Duta Merek) Dan Brand Image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1).

- Nadila Lazulfa Rohman, A. I. S. L. (2024). Pengaruh Fera Of Missing Out, Kualitas Produk, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Uin Sunan Ampel Surabaya. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Prawiro, M. (2018). *Pengertian Harga: Fungsi, Tujuan, Jenis-jenis Harga*. MAXMANROE.Com.
- Prentice, S. (2022). The *Fear of Missing Out*. In *The Future of Workplace Fear*. https://doi.org/10.1007/978-1-4842-8101-7_12
- Riordan, B. C., Cody, L., Flett, J. A. M., Conner, T. S., Hunter, J., & Scarf, D. (2020). The development of a single item FoMO (*Fear of Missing Out*) scale. *Current Psychology*, 39(4). <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9824-8>
- Shokhikhah, N. S. T., Aprillia, R. P., Sabila, A. R., Yulianto, A., Janah, A. A., Anjani, N. N., & Andriani. (2023). Pendampingan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pengurusan Sertifikasi Halal Melalui Program SEHATI. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3).
- Sianturi, A. N., Siregar, I., Studi, P., Psikologi, S., Farmasi, F., & Kesehatan, I. (2023). HUBUNGAN FEAR OF MISSING OUT DENGAN KESEJAHTERAAN PSIKOLOGIS PENGGUNA INSTAGRAM PADA REMAJA DI SMP NEGERI 1 HUTABAYURAJA. *Jurnal Psychomutiara*, 6, 35–42.
- Statista. (2023). *Cosmetics - indonesia*. Statista.Com.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi Kedu). Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). Metodologi Penelitian. In *Yogyakarta: Pustaka Baru Press*.
- Tjiptono. (2020). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.
- Triananda, S. F., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Peranan Media Sosial

Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3).

Wahida, N., Burhanuddin, Haeruddin, M. I. W., Musa, M. I., & Aslam, A. P. (2024). Pengaruh *Fear of Missing Out* Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Makassar). *EBISMAN : EBisnis Manajemen*, 2(1), 30–43.

Wardhana, A. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*.

Wijaya, F. R. (2022). Globalisasi dalam Konsep Multikulturalisme dalam Kebudayaan .
Https://Www.Academia.Edu/90353166/Globalisasi_dalam_Konsep_Multikulturalisme_Kebudayaan_Indonesia, November.

Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4).

Yanti, F. (2017). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Viva Kosmethc Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. 1–150.

Yanuar, M. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Somethinc Di E-commerce Shopee. *Konsumen & Konsumsi : Jurnal Manajemen*, 2(3).
<https://doi.org/10.32524/kkjm.v2i3.857>