

DAFTAR REFERENSI

- Rusydi. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Afdal, A., Alizamar, A., Irdil, I., Ardi, Z., Sukmawati, I., Zikra, Z., & Hariyani, H. (2019). An Analysis of Phubbing Behaviour: Preliminary research from counseling perspective. In *International Conference on Educational Sciences and Teacher Profession (ICETeP 2018)*. Atlantis Press.
- Ahn, j., & Lee, S. (2019). The Influence Of Ticket Prices On Moviegoers' Intention To Purchase Tickets: A Study Of Cinema-Going Behavior. *Journal Of Media Economics*. <https://doi.org/10.1080/08997764.2019.1667674>
- Amanda, T., Tj, H. W., Kusniawati, A., & Surjaatmadja, S. (2023). *Effect of Electronoc Word of Mouth , Prod Effect of Electronic Word Of Mouth , Product Quality , and Price on Purchase Intention*.
- Andrew Fernando Pakpahan, Adhi Prasetio, E. S. N., Kasta Gurning, Risanti Febrine Ropita Situmorang, T., Parlin Dony Sipayung, Ayudia Popy Sesilia, P. P. R., Bonaraja Purba, Muhammad Chaerul, I. Y., & Valentine Siagian, G. A. dan J. R. (2021). Metodologi Penelitian Ilmiah. In A. K. & J. Simarmata (Ed.), *NBER Working Papers*. Yayasan Kita Menulis. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Aropah, D. Z., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh E-Wom, Pengetahuan Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(2).
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. 01(01), 1–14.
- Astuti, M., & Amanda Riskita, A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (1st ed.). DEEPUBLISH.
- Astuti, R., & Bahrin, K. (2022). The Effect of Satisfaction and Trust on Purchase Intention on Aromania Parfumery Kapuas Products, Bengkulu City. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(1), 54–63. <https://doi.org/10.53697/jim.v2i1.448>
- Basyir, A. (2019). Pengaruh Fashion Lifestyle dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli (Studi Terhadap Konsumen Batik Tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga(JPTN)*, 7(3), 564–570. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/31132/28284>
- Beneke, J. (2019). Fear of missing out: Consumer decision-making in the age of social media. *Journal of Consumer Marketing*, 36(2), 219–225.

- Chen, C. (2019). *PENGARUH PERCEIVED QUALITY, BRAND ATTACHMENT DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP PURCHASE INTENTION*. 2010, 287–292.
- Chen Y.-S., Chang T., -W Xin Li, H., & Rong Chen, Y. (2020). The Influence of Green Brand Affect on Green Purchase Intentions: The Mediation Effects of Green Brand Associations and Green Brand Attitude. *Environmental Research and Public Health*.
- Cholil, A. M. (2020). *BRAND AWARENESS IDEAS*. Quadrant.
- Christina. (2019). Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 105–117.
- Connell, C. O. (2020). *How FOMO (Fear of Missing Out), the Smartphone , and Social Media May Be Affecting University Students in the Middle East How FOMO (Fear of Missing Out), the Smartphone , and Social Media May Be Affecting University Students in the Middle East. March*.
- Dash, G., Kiefer, K., & Paul, J. (2021). Marketing-to-Millennials: Marketing 4.0, customer satisfaction and purchase intention. *Journal of Business Research*, 122(October 2020), 608–620. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.016>
- Dharma, W. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pembelian Tiket. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen ...*, 6(1), 336–341. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/19500%0Ahttps://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/19500/6403>
- Dinah fitri, M., & Pangestuti, E. (2019). *Pengaruh Terpaan Buzz Marketing Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Pada Produk Nature Republic*. 73(2), 114–121.
- Dinh, T. C. T., Wang, M., & Lee, Y. (2023). How Does the Fear of Missing Out Moderate the Effect of Social Media Influencers on Their Followers' Purchase Intention? *SAGE Open*, 13(3), 1–13. <https://doi.org/10.1177/21582440231197259>
- Dwisuardinata, I. B. N., & Darma, G. S. (2022). The Impact of Social Influence, Product Knowledge, and Fear of Missing Out (FOMO) towards Purchase Intention on Alcoholic Beverage in Bali. *Binus Business Review*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i1.8919>
- Empati, J., Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). *Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar kpop di semarang*. 11(2017), 56–60.
- Erinawati, F., Syafarudin, A., & Buana, U. M. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan I**. 1, 130–147.
- Erma Laelatul Zahroq, & Asiyah, B. N. (2022). Analisis Penentu Keputusan

- Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Shopee Generasi-Z. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 83–98. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i1.2377>
- Fajar Sodik, M. Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, & Raida Nadia Syahita. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123–143. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.132.123-143>
- Farida, H., Warni, W. E., & Arya, L. (2021). *SELF-ESTEEM DAN KEPUASAN HIDUP DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA REMAJA*. 4, 60–76.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan Salman Farisi Qahfi Romula Siregar*. 3(1), 148–159.
- Firdaus;, I. Z., Purwoko;, & Setyawan, R. R. (2022). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 6(3), 1466–1478.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 82–98.
- Good, M. C., & Hyman, M. R. (2021). Direct and indirect effects of fear-of-missing-out appeals on purchase likelihood. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(3), 564–576. <https://doi.org/10.1002/cb.1885>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). No Title. In *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Cengage Learning.
- Hasan, A. (2018). Jurnal Indovisi ; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian. *Indonesian Indovisi Institute*.
- Hermawan, E. (2023). Pengaruh Niat Beli: Analisis Persepsi Harga, Pengetahuan Produk dan Citra Perusahaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan (JPMPT)*, 1(1), 31–39. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Imtiaz, R., Ul Ain Kazmi, S. Q., Amjad, M., & Aziz, A. (2019). The impact of social network marketing on consumer purchase intention in pakistan: A study on female apparel. *Management Science Letters*, 9(7). <https://doi.org/https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.3.015>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. In Unitomo Press.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Jin, Z., & Nuangjamnong, C. (2022). An Empirical Study of Purchase Intention a Ticket Watching Movies at a Cinema in Chengdu, China during COVID-19. *Journal of Administrative and Management Innovation*, 10(2 (May-August2022)), 23–42. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/254631/173356%0Ahttps://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/254631>
- Juartini, T. (2022). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. ERAJAYA SWASEMBADA*, *Tbk.* 23(2), 449–457.
- Khairunnisa, Hafidhuddin, & Tanjung. (2018). ONLINE PURCHASE INTENTION STUDY CASE MOSLEM (ISLAMIC) FASHION (HIJUB.COM). *Journal Website: Wwww.Ijafb.Com*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. (2020). Principles of Marketing 18e Global Edition. *Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited*.
- Kotler, P. dan, & Amstrong., G. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi 15 G).
- Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pe). Khalifah Mediatama.
- Law, K. C., Tan, W. H., & Falahat, M. (2020). Key Influencing Factors on Flight Ticket Purchase Intention and Purchase Decision: a Comparison Study of Malaysia Vs. Taiwan. *European Journal of Social Sciences Studies*, 6(1), 113–131. <https://doi.org/10.46827/ejsss.v6i1.971>
- Listiana, Y. R. (2021). Dampak Globalisasi Terhadap Karakter Peserta Didik dan Kualitas Pendidikan di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 1544–1550.
- Mahmoud, T. O. (2018). Impact of green marketing mix on purchase intention. *International Journal of ADVANCED AND APPLIED SCIENCES*, 5(2), 127–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.21833/ijaas.2018.02.020>
- Mahshun, A., & Indarwati, tias andarini. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 100–111.
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maulidya, R., Safitri, D., & Istiqomah, N. (2023). *FoMO (Fear of Missing Out) pada Mahasiswa Penggemar Korea (Studi Deskriptif Mahasiswa Pendidikan*

- IPS Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta*). 7(1), 27–35.
- Moniaga, V., Sumual, T. E. M., & Kumajas, L. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Produk Wardah Sebagai Kosmetik Halal Melalui Sikap Konsumen. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 67–80. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.6789>
- Muljani, N., & Koesworo, Y. (2019). The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention. *SSRN Electronic Journal*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.2139/ssrn.3642536>
- Ngopibareng.id. (2023). *Daftar Konser Idol K-Pop dengan Penonton Super di Jakarta 2023*.
- Nguyen, P., M.P.T., H., & Tran, K. (2019). Effects of country of origin, foreign product knowledge and product features on customer purchase intention of imported powder milk. *International Journal of Business Innovation and Research (IJBIR)*, 19(2).
- Nurhandayani, A., Syarief, R., & Najib, M. (2019). The Impact of Social Media Influencer And Brand Images to Purchase Intention. *Journal of Applied Management*, 17(4), 650–661.
- O, I., & S, S. (2020). *Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger*. 8(2), 105–126.
- Pratiwi, A. A., Wibawa, B. M., & Baihaqi, I. (2020). *Identifikasi Atribut Sepeda Motor Listrik terhadap Niat Membeli : Kasus di Indonesia*. 9(1).
- Produk, P. K., & Hidup, G. (2021). *Pengaruh kualitas produk, gaya hidup, dan pengetahuan produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda lipat di kota semarang*. 04, 361–374.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Purwanza dkk., S. W. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi. In *News.Ge* (Issue March).
- Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 14(1), 125. <https://doi.org/10.14710/nusa.14.1.125-135>
- Putri, L. A. (2020). Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 3(1), 42. <https://doi.org/10.24014/0.8710187>
- Putri, L. S., Purnama, D. H., Idi, A., & Sriwijaya, U. (2019). *GAYA HIDUP MAHASISWA PENGIDAP FEAR OF MISSING OUT DI KOTA PALEMBANG*. 21(2), 129–148.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Ryan, Suryawan, F.,

- Kusnadi, Susilawati, E., Rahmat, R. Y., Juminawati, S., Sukrisno, A., & Surno, M. K. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN*. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Rahman, H., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Trust, Online Convenience terhadap Purchase Intention melalui Online Shopping Habits (Studi Kasus Pembelian Tiket Bioskop pada Aplikasi Gotix). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 29. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.458>
- Rahmawati, I., & Sijabat, R. (2022). Analysis of Influencer's Imitation Behavior Phenomenon, Fear of Missing Out About the Impact on Purchase Intention on Local Cosmetic Products Endorsed by Social Media Influencers. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 10454–10468. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.4859>
- Saavedra, C. M. C., & Bautista, R. A. (2020). *Are you “ in ” or are you “ out ”?: Impact of FoMO (Fear of Missing Out) on Generation Z ' s Masstige-brand Apparel Consumption*. June. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12864.76804>
- Setiawan, B. (2017). *Teknik Hitung Manual Analisis Regresi Linear Berganda Dua Variabel Bebas*. 0–9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/gd73a>
- Silaningih, E., & Utami, P. (2018). Pagaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2).
- Siregar, M. (2021). *Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan Customer*. 7(1), 114–120.
- Stanislaus, S., & Pratiwi, P. E. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Membeli Pada Mahasiswa Konsumen Oriflame Di Unnes. *Intuisi : Jurnal Psikologi Ilmiah*, 4(2), 89–93.
- Suarjana, I. K., Wayan, N., & Suprapti, S. (2018). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Pada era teknologi komunikasi yang berkembang sangat pesat , masyarakat membutuhkan akses internet yang cepat , mudah , dan murah . Baik pengguna internet maupun volume penggunaannya makin*. 7(4), 1920–1949.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methos)*. Penerbit Bandung.
- Suhartini, & Maharani, D. (2023). *Economics and Digital Business Review Peran Fear Of Missing Out (FoMO) dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. 4(2), 349–356.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.

<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>

- Syafaah, N., & Santoso, I. H. (2022). *Fear of Missing Out dan Korean Wave : Implikasinya pada Keputusan Pembelian Kosmetik asal Korea*. 05, 405–414.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Penerbit Andi.
- Ulfi Yani, E. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing dan Fomo terhadap Purchase Intention Melalui Electronic Word of Mouth*. 7(2019), 18020–18031.
- Ulmaghfiroh, N., Sri, D., Pantjolo, W., & Vikaliana, R. (2021). *Peran Price Discount Dalam Memoderasi Pengaruh Social Media Marketing dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Produk Visval Bags*. 2(2), 49–59.
- Usman, O., & Aryani, Y. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3511672>
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>
- Watanabe, E. A. de M., Torres, C. V., & Alfinito, S. (2019). The impact of culture, evaluation of store image and satisfaction on purchase intention at supermarkets. *Revista de Gestao*, 26(3), 256–273. <https://doi.org/10.1108/REGE-12-2017-0009>
- Wei, L. S., Chin, T. A., Masod, A., & Mohamad, N. S. (2022). The Role of Pricing and Product Knowledge on Malaysian Consumers' Green Purchase Intention. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(7), 1698–1732. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i7/13336>
- Widyo Kristantyo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.133>
- Wirasukessa, K., & Sanica, I. G. (2023). Fear of Missing Out Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 156–175. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2887>
- Wulandari, D. (2022). *Customer Satisfaction as a Priority in Excellent Banking Services*. 1(1), 27–34.
- Yunita, D., Nazaruddin, A., & Nailis, W. (2019). Pengaruh Youtube

Advertising terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i1.2538>

Zahra, A., Khairani, U., & Lestari, D. (2023). *Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FakultasEknomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. 3(2), 3204–3226.