

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan akan kehilangan momen (FoMO) pada remaja kota Samarinda. *Psikostudia J. Psikol*, 7(2), 38.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- American Marketing Association. Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Arifuddin, R. R., Kadir, A. R., & Kadir, N. (2019). The Impact of Personal Selling and Digital Marketing on Purchase Decision of Insurance Policy at PT Qbe General Insurance Indonesia, Makassar Branch. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 2(3), 92-108.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., & Hasan, S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual) (R. Wujarso, Ed.; 1st ed.). *Pt. Global Eksekutif Teknologi*. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Bachri, N., Asnawi, A., & Febriansyah, S. (2022). DIGITAL MARKETING: Determinasi Keputusan Berbelanja Online. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 23(2), 132-139.
- Binekasri, R. (2023). *Bisnis Makanan dan Minuman Kinclong, Ini Rahasiannya*.
- Çelik, I. K., Eru, O., & Cop, R. (2019). The Effects of Consumers' FoMo Tendencies On Impulse Buying and The Effects of Impulse Buying on Post-Purchase Regret: An Investigation on Retail Stores. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 10(3).
- Chen, C. H., Nguyen, B., Klaus, P. P., & Wu, M. S. (2015). Exploring electronic word-of-mouth (eWOM) in the consumer purchase decision-making process: the case of online holidays—evidence from United Kingdom (UK) consumers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(8), 953-970.
- Dianawati, Ajen. 2007. 6 Rahasia Sukses Menjadi jutawan Internet. Jakarta: PT. Transmedia.
- DS, Y. R. R., & El Halidy, A. (2022). Pengaruh FoMO, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di E-Commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 1477-1487
- Filieri, R. (2014). What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), 1261-1270
- Fachri, M. Kajian Fear Of Missing Out (FoMO), Teori Generasi, Dan Locus Of Control Terhadap Kecenderungan Pola Hidup Mewah Pada Asn Di Kepulauan Bangka Belitung. *Rangkai Teratur Si Kembang Cendana*, 1.

- Fitriana, & Aurinawati. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Pemasaran*, 10(2), 123-136.
- Hajati, D. I. (2022). The The Effect of Cash on Delivery, Online Consumer Rating and Reviews on the Online Product Purchase Decisions. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 18-26.
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 67-74.
- Indrabayu, A., & Destiwati, R. (2022). Pengaruh Komunikasi Intrapersonal dan Fear of Missing Out terhadap Hedonisme pada Generasi Z di Denpasar. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2169-2175.
- Katadata Insight Center (KIC). (2021). *Katadata Consumer Survey on Sustainability*
- Kang, I., Cui, H., & Son, J. (2019). Conformity consumption behavior and FoMO. *Sustainability*, 11(17), 4734.
- Kim, E. Y., & Kim, Y. K. (2002). The Relationship between Online Shopping Attributes and Purchase Intention among American Consumers. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 40(12), 63-83.
- Kok, Y. K., et al. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Implementasi*. Surabaya: Penerbit Pustaka Media Jaya.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2021). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of online product reviews from a consumer's perspective. *Advances in economics and business*, 1(1), 1-5.
- Liesander, I., & Dharmayanti, D. (2017). The Effect of Digital Marketing on Organizational Performance with Intellectual Capital and Perceived Quality as Intervening Variables in the Five Star Hotel Industry in East Java. *Journal of Marketing Strategy*, 4(2), 1-13.
- Liu, Y. (2006). Word of Mouth for Movies: Its Dynamics and Impact on Box Office Revenue. *Journal of Marketing*, 70(3), 74-89.
- Melania, D. S. (2023). Pengaruh Fear of Missing Out terhadap keputusan pembelian konsumen Mie Gacoan Kota Bandung. Dikutip dari <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/15971>
- Melati, R. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).
- Mo, Z., Li, Y. F., & Fan, P. (2015). Effect of online reviews on consumer purchase behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8(03), 419.

- Nahera, F., & Evelina, T. Y. (2023). Pengaruh Online Consumer Review Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 14-19.
- Park, C., & Lee, T. M. (2009). Information direction, website reputation and eWOM effect: A moderating role of product type. *Journal of Business research*, 62(1), 61-67.
- Pebrianti, W., Arweni, A., dan Awal, M. (2020). Digital Marketing, E-Wom, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48-56.
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101-112.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25-36.
- Putri, R., & Dwiyanto, B. M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Wingko Babat Pak Moel di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1).
- Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh Online Consumer Review, Online Consumer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1). <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>
- Ridwan, M., Muhaimin, I. A. W., & Isaskar, R. (2021). *Pengaruh Strategi Viral Marketing Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Bakpia Kukus Tugu Jogja* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Risqi Kuvita. Pemasaran Online dan Offline, dikutip dari <http://kuvitarisqi>.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.

- Saifuddin, M. (2020). Strategi Peningkatan Ekonomi Lembaga Sosial Dengan Memanfaatkan Aplikasi Pemasaran Berbasis Android (Studi kasus pada unit bisnis kidpreneur di Yayasan AL MADINA Surabaya). *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 7, 16-20.
- Sanjaya, I. G. M., & Tarigan, J. (2009). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siddik, S., Mafaza, M., & Sembiring, L. S. (2020). Peran Harga Diri terhadap Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 10(2), 127.
- Sugiyono (2022). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartini, & Maharani, D. (2023). Peran Fear Of Missing Out (FoMO) dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 345–346.
- Suhartini, S., & Maharani, D. (2023). Peran Fear Of Missing Out (FoMO) dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 349-356.
- Suhartini, S., & Maharani, D. (2023). Peran Fear Of Missing Out (FoMO) dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 349-356.
- Sundaram, R., Sharma, R., & Shakya, A. (2020). Power of digital marketing in building brands: A review of social media advertisement. In *International Journal of Management* (Vol. 11, Issue 4). <https://doi.org/10.34218/IJM.11.4.2020.025>
- Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks (studi Pada Penonton Youtube Freeman Masks Collection Review Akun Suhay Salim). *eProceedings of Management*, 6(2).
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Wahyujatmiko, S., & Yon Hadi, I. (2018). Manajemen Pemasaran Online Makaroni Huhhah Yogyakarta. *JBTI: Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(2). <https://doi.org/10.18196/bti.92104>
- Zhu, F. (2010). *Information Transparency of Business-to-Consumer Electronic Commerce: Selling Bricks and Clicks*. *MIS Quarterly*, 34(4), 623-648.