

DAFTAR PUSTAKA

- Alhasan, J., & Hasan, Z. I. (2025). *Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop* : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, 15(1), 93–101.
- Bs, S., N, A., & Handayani, R. (2023). *Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan, 5.
- Dalimunthe, U. R., & Komalasari, E. (2024). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Survei Pada Toko Bening Kosmetik Pekanbaru) The Influence Of Online Customer Reviews On Purchasing Decisions At Shopee (Survey At Bening Cosmetic Shop Pekanbaru)*. Jurnal Administrasi Bisnis Dan Ilmu Sosial, 2(113).
- Duta, G. L., Agung, M., Subagja, G., Bisnis, I. A., & Lampung, U. (2022). *Tiktok Dan Review Konsumen : Pengaruhnya*. Jurnal Perspektif Bisnis, 5, 80–92.
- Fathoni, Ibrahim, A., Arinie, P. M., Setia, A. R., & Febriansyah, D. (2025). *Analisis Perilaku Fomo Generasi Z Dan Peran Influencer Dalam Pembelian Produk Kecantikan Menggunakan Random Forest*. Jurnal Sains Dan Informatika, Jurnal Sains dan Informatika
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). *Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce*. Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis. Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, 2 No.1
- Fauziah, F., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2025). *Pengaruh Fear of Missing Out (Fomo) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Dengan Konten Media Sosial Tiktok*. Jurnal Lentera Bisnis, 14, 1420–1436. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V14i2.1478>
- Fujianti, N. (2022). *Pengaruh Zuhud Terhadap Fear of Missing Out (Fomo) Pada Mahasiswa Fuhum Uin Walisongo Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Hidayat, R., Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., & Ikaningtyas, M. (2024). *Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Platform Untuk Pengembangan Bisnis Di Era Digital*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 143–149.
- Khalbi, M., & Suud, F. M. (2025). *Guidena Dampak Fear of Missing Out (Fomo) Terhadap Penyelesaian Tugas Akhir Pada Mahasiswa Muslim Yogyakarta* Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan Dan Konseling, 9623, 555–566.
- Kirana, A. S., Damayanti, A., Tumanggor, N. N., & Purnamasari, P. (2025).

- Pengaruh Kredibilitas Influencer , Kualitas Konten , Dan Interaksi Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di E- Commerce Tiktok.*** Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital, 2(2), 1–9.
- Mulyono. (2022). ***Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Pandemi Covid-19.*** Jurnal Web Informatika Teknologi (J-Wit), 7(2), 1–10. <https://ejournal-wit.ac.id/index.php/j-wit/article/view/100/91>
- Munawar, S. (2021). ***The Effect Of Fear-Of-Missing-Out (Fomo) On Hedonic Services Purchase In Collectivist And Restrained Society : A Moderated Mediated Model Saima Munawar , Usman Institute Of Technology Adnan Bashir , Karachi Institute Of Business Management Syed Muhamm.*** Academy Of Strategic Management Journal, 20(2), 1–21.
- Putra, E. F., Hasbullah, H., & Rosyid, G. Y. (2025). ***Pengaruh Affiliate Marketing, Online Customer Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tiktok-Tokopedia (Studi Pada Gen Z Di Kota Jambi Yang Menggunakan Aplikasi Tiktok).*** Jurnal Meraca Manajemen Ekonomi, 17(3).
- Qalbi, B. N. (2024). ***Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform Tiktok Shop (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Angkatan 2020-2023).*** Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen, 3(2).
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). ***Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee.*** Jurnal Riset Entrepreneurship, 6(2), 80.
- Saputra, M. D., Ardianto, A. E., N, M. I. Z. S., & Nugraha, R. H. (2025). ***The Influence Of Influencer Marketing On Purchasing Decisions In Generation-Z (Study On Students Who Use Tiktok At Upn " Veteran " East Java).*** Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, 2(2), 1–7.
- Setyawan, D. A. (2021). ***Modul Hipotesis Dan Variabel Penelitian.*** Tahta Media.
- Solis, B. B. (2012). ***The Rise Of Digital Influence.*** 1–33.
- Sulistiani, N. N., Suardana, K. ., & Widaswara, R. . (2025). ***The Role of Influencers in Promotion Strategy Through Tiktok Social Media:*** Jurnal Ilmu Komunikasi. Jurnal Ilmu Komunikasi, 1.(1).
- Susilowati, D. (2023). ***Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Jakarta Barat).*** Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen, 1(3), 156–170.
- Syamer, D. M., & Setyawati, I. (2024). ***Pengaruh Fomo, Persepsi Harga Dan Promosi Medsos Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Karen's Diner Jakarta.*** Jurnal Ilmiah Edunomika, 8(3), 1–19.

- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., & Kaur, P. (2021). *Dark Consequences Of Social Media-Induced Fear of Missing Out (Fomo): Social Media Stalking , Comparisons , And Fatigue. Technological Forecasting And Social Change*, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120931>
- Tukia, H. (2022). *The Role Of Book Content And Influencers On Tiktok In Marketing Of Books*.
- Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2).
- Wachyuni, S. S., Namira, S., Respati, R. D., Teviningrum, S., Tangerang, M., Gunadarma, U., & Author, C. (2024). *Fenomena Fear of Missing Out (Fomo) Terhadap Keputusan Pembelian Restoran Viral Karen ' S Diner*. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 13(1), 89–101.
- Zaenati, M., Luk, L., & Hidayati, A. (2022). *The Effect Of The Brand Image , Advertising And Social Media Marketing On Purchase Decisions*. *Journal Economics and Business*, 2(2), 65–79.