DAFTAR PUSTAKA

Afdal, A. (2025). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Parfum Azzwars Kota Padang. *Journal of Media and Communication | E-ISSN : 3063-9581*, *1*(3). https://doi.org/10.62379/jmc.v1i3.289

Agnes, A., Setiawan, H., Afifah, N., & Purmono, B. B. (2025). Dari Hype Ke Checkout: Fomo Sebagai Jembatan Antara Influencer, Ulasan Pelanggan, Dan Pembelian Produk Rucas Sportswear. *SINERGI : Jurnal Riset Ilmiah*, *2*(7). https://doi.org/10.62335/sinergi.v2i7.1430

Aina Nur Fadlilah, A., & Muanas, A. (2025). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Accounting and Finance Management*, *6*(2). https://doi.org/10.38035/jafm.v6i2.1860

Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, *2*(4), 314–324. https://doi.org/10.1002/hbe2.195

Ajzen, I. (2021). *The Theory of Planned Behavior: A Bibliography*. University of Massachusetts Amherst.

Akram, H. A., & Rismawati. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Supermarket Sakinah Husein. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *13*.

Alfa Rifzqi, S., & Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli di Mixue Kelapa Dua Depok. *Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, *2*(2). https://doi.org/10.55904/cocreation.v2i2.816

Alitasi, W. O. N., & Hasni. (2024). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Halal Network Internasional (Hni) Di Kota Baubau. *ECOTECHNOPRENEUR: Journal Economics Technology & Entrepreneur*, *3*(02), 162–178. https://doi.org/10.62668/ecotechnopreneur.v3i02.1236

Alvita, M. (2025). *Fear of Missing Out (FoMO) and Consumer Behavior in the Digital Era: A PRISMA Systematic Review*. *6*(6). https://doi.org/10.38035/dijdbm.v6i6

Ananda, R., & Prasetyo, D. (2023). Pengaruh citra merek terhadap FOMO pada usaha kuliner lokal. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 14(1), 90–101.

Anwar, F., & Sari, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap FOMO pada restoran lokal. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 110–120.

Arinda Aprilia, & Prayitno Prayitno. (2026). Studi Fenomenologis tentang Fear of Missing Out (FOMO) dalam Shopping Lifestyle pada Minat Beli Produk Fashion di Kalangan Generasi Z. *Ekonomika45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, *13*(2), 450–466. https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v13i2.6039

Atmajayanti, A. B., Wulandari, D. S., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over Di Kota Bekasi Dewi Sri Wulandari Bayu Seno Pitoyo. *Jurnal Iset Manajemen Dn Ekonomi*, *2*(2).

Azizah, N., & Chalimatusadiah. (2025). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *9*(1).

Chen, C., Zhu, W., Shao, D., & Li, M. (2022). The impact of perceived value of virtual image advertisements on fashion purchase intentions. *Journal of Silk*, *59*(5). https://doi.org/10.3969/j.issn.1001-7003.2022.05.012

Dewi, N. L. M. R., & Putra, K. W. S. (2025). Pengaruh Fomo dan Affiliate Marketer Terhadap Minat Beli Konsumen di Nekko Fashion Store. *Islamic Economics & Financial Journal*, *4*, 865. https://doi.org/10.56672/assyirkah.v4i4.502

Fajar Santoso, R., Abdurrahman, S., & Wulandari, F. (2025). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, *4*(5).

Firmansyah, R., & Dewi, S. (2022). Pengaruh citra merek terhadap minat beli pada usaha kuliner lokal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 88–98.

Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(1). https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880

Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS. *Semarang: BP Universitas Diponegoro*.

Ghozali. (2021). Aplikasi-Analisis-Multivariate-Imam-Ghozali_Compress.Pdf. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

Handayani. (2020). Metode Penelitian deskriptif kuantitatif. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, *5*(3).

Handoko, B., Ilham, W., Sipayung, N. O., & . D. (2025). Pengaruh FOMO (Fear of Missing Out) Terhadap Minat Beli Di Common Space Coffee & Bar Batam. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, *4*(2), 982–989. https://doi.org/10.47233/jemb.v4i2.3901

Hawkes, M. (2023, February 7). *Local Consumer Review Survey 2023*. Https://Www.Brightlocal.Com/Research/Local-Consumer-Review-Survey-2023/.

Hidayat, R., & Kurnia, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada bisnis kuliner digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 120–130.

Hidayat, R., & Ramadhani, S. (2023). Peran FOMO dalam perilaku konsumen kuliner tradisional. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 15(1), 80–92.

Hoo, W. C., Xiaoyan, L., Ziyae, B., Ramli, S., & Moosa, V. (2023). In China, customer engagement mediates between brand image and purchase intention of premium hotels. *International Journal of Management and Sustainability*, *12*(3). https://doi.org/10.18488/11.v12i3.3523

I Made Indra P. & Ika Cahyaningrum. (2019). Buku Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian. In *Deepublish.* (Vol. 1).

Jaya, I. M. L. M. (2020). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori, penerapan, dan riset nyata. In *Anak Hebat Indonesia*.

Kamaruddin. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Pasar Tradisional Sungguminasa Kabupaten Gowa. *Jurnal Ekonomi Prioritas*.

Keller, K. L. (2021). *Strategic brand management*. Pearson.

Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). Branding in B2B firms. In *Handbook of Business-to-Business Marketing*. https://doi.org/10.4337/9781800376878.00021

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.

Laurenc Widjaya, S., Dini, M., Prathivi, G., & Juniarto, A. (2024). Social Media Fear of Missing Out (Fomo) To Gen Z: The Role Of Green Marketing Communication And Social Influence To Purchase Intention. *Open Journal Systems*, *Vol.18 No.11 Juni*. https://binapatria.id/index.php/MBI

Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). Part 1: Statistical Methods for Sample Size Determination. *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. https://doi.org/10.1186/1472-6963-14-335

Lestari, N., & Prabowo, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap perilaku FOMO pada konsumen digital. *Jurnal Bisnis Digital*, 9(3), 120–131.

Li, X., & Setiowati, R. (2023). The Influence of Country of Origin, Brand Awareness, Perceived Risk and Brand Image on Purchase Intention on China Wuling Air Electric Vehicles. *Open Journal of Applied Sciences*, *13*(05). https://doi.org/10.4236/ojapps.2023.135049

Lin, B., & Shen, B. (2023). Study of Consumers' Purchase Intentions on Community E-commerce Platform with the SOR Model: A Case Study of China's "Xiaohongshu" App. *Behavioral Sciences*, *13*(2). https://doi.org/10.3390/bs13020103

Mubarok, Z. (2026). Pengaruh Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Coffe Cappucino Sribu Coffe Di Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, *7*(1). www.jurnal.umb.ac.id

Munzilin, A., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Hijab. *Jurnal Investasi Islam*. https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/investi//Volume06,Nomor01Juli2025

Nguyen, T. T., Thi Thu Truong, H., & Le-Anh, T. (2023). Online Purchase Intention Under the Integration of Theory of Planned Behavior and Technology Acceptance Model. *SAGE Open*, *13*(4). https://doi.org/10.1177/21582440231218814

Ningsih, A., & Hurnis, D. (2024). Pengaruh Customer Experience Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Memediasi Kepuasan Pelanggan. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *9*(6), 2971–2979. https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.2016

Nugraha, D., & Sari, P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap FOMO pada restoran berbasis digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 11(2), 98–109.

Nugroho, A., & Azizah, L. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli pada restoran self service. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 10(3), 55–67.

Nur Wahida, Burhanuddin Burhanuddin, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, Muhammad Ichwan Musa, & Annisa Paramaswary Aslam. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote. *EBISMAN EBisnis Manajemen*, *2*(1). https://doi.org/10.59603/ebisman.v2i1.331

Nurhasanah, S., Yohana, C., & ... (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Jasa …. *Jurnal Bisnis, Manajemen …*.

Pagiling, O. F., Amir Jaya, & Johannes Baptista Halik. (2024). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Restoran McDonald's Makassar. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *10*(1). https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2011

Parasuraman, A. ;, Zeithaml, V. A. ;, & Berry, L. L. (2021). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc. In *Journal of Retailing; Spring* (Vol. 64).

Paul, J., & Bhakar, S. (2018). Does celebrity image congruence influences brand attitude and purchase intention? *Journal of Promotion Management*, *24*(2). https://doi.org/10.1080/10496491.2017.1360826

Pratama, A., & Sari, D. (2022). Pengaruh citra merek terhadap minat beli pada restoran cepat saji di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 9(3), 120–130.

Przybylski, A. K., *et al.* (2020). Fear of Missing Out and consumer behavior in digital era. *Journal of Behavioral Psychology*, 15(2), 120–130.

Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2023). Motivational, emotional, and behavioral correlates of *Fear of Missing Out*. *Computers in Human Behavior*, *29*(4), 1841–1848. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014

Przybylski, M. D. & G. (2013). Fear of Missing Out Scale: FoMOs. *Computers in Human Behavior,*.

Putra, I., & Lestari, N. (2022). Pengaruh FOMO terhadap minat beli pada generasi muda di industri kuliner. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(4), 150–162.

Putri, A., & Handayani, S. (2023). Pengaruh citra merek terhadap FOMO pada restoran modern di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 12(2), 120–131.

Ramadhan, T., & Sari, D. (2022). Citra merek dan FOMO pada generasi muda dalam industri kuliner. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 150–162.

Ramadhani, F., & Lestari, S. (2023). Analisis faktor yang memengaruhi minat beli konsumen pada usaha kuliner lokal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 88–97.

Regina, A., Pebrianggara, A., & Hariasih, M. (2026). Jurnal Akuntansi dan Manajemen Pengaruh kualitas produk, Fear of Missing Out (FOMO), dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian produk Skintific di kalangan Gen Z. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, *23*(02), 159–174. https://doi.org/10.36406/jam.v23i2.326

Rina, Haikal, M., Maryudi, & Subhan, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce. *Jurnal Visioner & Strategis*, *12*.

Rismaya, T., Muslim, U. B., & Shiddieqy, H. A. (2022). Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Ditinjau Dari Sudut Pandang Syariah (Studi Pada Pengguna Shopee). *SAHID BUSINESS JOURNAL*, *1*(01). https://doi.org/10.56406/sahidbusinessjournal.v1i01.12

Royhansyah, D. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen Pria pada Produk Skincare The Originote. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, (2018).

Sampurno, D. H. A., Yahya, A., Purnamasari, P., & Wulandari, A. (2024). Fear of Missing Out As Intervening In Digital Marketing And Brand Image To Purchase Decision. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis Digital*.

Saputa, I. P. A., Mahyuni, L. P., Mandira, I. M. C., & Sari, D. M. F. P. (2026). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Kembali dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi pada Produk Uniqlo. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, *6*(1). https://doi.org/10.37481/jmeb.v6i1.1814

Saputra, D., & Ananda, F. (2023). Analisis pengaruh citra merek terhadap minat beli pada usaha kuliner skala kecil. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 12(2), 101–110.

Sari, D. P., & Putra, I. M. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli pada usaha kuliner di Denpasar. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 9(2), 101–110.

Siregar, M., & Utami, N. (2022). Analisis pengaruh citra merek terhadap FOMO pada restoran kecil. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 10(2), 85–96.

Sita, D., Hairudin, Bakti, U., & Oktavianti, P. R. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada Mister Geprek 3 Bandar Lampung. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis*, *1*(1).

Sitanggang, G., Silaban, P. H., & Sitorus, S. A. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Fear of Missing Out (FOMO) Pengaruh Gaya Hidup Fear of Missing Out (FOMO) Dan Hedonisme Terhadap Minat Beli Produk Maybelline New York Dikalangan Generasi Z Di Kota Medan. *Economics and Digital Business Review*, *Volume 6 Issue 2*.

Sobel, M. E. (1982). Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models. *Sociological Methodology*, *13*. https://doi.org/10.2307/270723

Solomon, M. R. (2021). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being Thirteenth Edition*. www.pearson.com/mylab/marketing

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Alfabeta*.

Sundava, S. (2025). Pengaruh Trend FOMO (Fear of Missing Out), Konten Marketing Dan Flash Sale Terhadap Minat Beli Pada Tiktok Shop. *Journal of Business Economics and Management| E-ISSN: 3063-8968*, *2*(1).

Taqyya, Z. S., & Murwanti, S. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pelanggan. *PERMANA: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, *16*(2), 1361–1370. https://doi.org/10.24905/permana.v16i2.777

Tiur Maida Hutasoit, S., & Hendra Saputro, A. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Di Marketplace Lazada. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *10*(1). https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2065

Triandini, W. P., Samari, & Raharjo, I. B. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out (Fomo), Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2glow Di Tiktok. *Simposium Manajemen Dan Bisnis IV l l l*, *4*.

V. Wiratna Sujarweni. (2020). Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. *Ege Eğitim Dergisi/ Ege Journal of Education*.

Wang, Y., Sun, Y., & Li, T. (2025). The longitudinal relationship between loneliness and problematic social networking site use in college students: the mediating role of trait- and state-*Fear of Missing Out*. *Frontiers in Psychology*, *16*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1477239

Wibowo, A., & Sari, M. (2022). Analisis pengaruh FOMO terhadap minat beli pada restoran lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(3), 70–81.

Wicaksono, A., & Lestari, N. (2021). Pengaruh citra merek terhadap FOMO dalam pemasaran digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(4), 140–152.

Wulandari, R., & Prabowo, H. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli melalui FOMO pada F&B. *Jurnal Bisnis Digital*, 9(3), 110–122.

Y.R. Br Silaban, E., Saerang, S., I., & V.J. Tielung, M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Fear of Missing Out Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Beli Pada Coffee Fore Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA Vol.9 No.2 April 2021, Hal. 311-323*, *9*(2).

Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Determinants of Consumers' Green Purchase Behavior in a Developing Nation: Applying and Extending the Theory of Planned Behavior. *Ecological Economics*, *134*. https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2016.12.019

Yuliana, R., & Ramadhan, T. (2021). Pengaruh citra merek terhadap minat beli pada industri makanan dan minuman. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 10(4), 150–160.

Zhu, J., & Lin, C. L. (2024). Research on Service Quality for China's Ceramic Product Design Industry. *Mathematics*, *12*(18). https://doi.org/10.3390/math12182827