

DAFTAR PUSTAKA

- Abdika, M. (2023). *Pernyataan Keaslian Skripsi*.
- Albertyano Gilang Garut, & Purwanto Í, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci Di Kota Surabaya. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 6(1), 657–663.
- Amarilis Rahmadani, Y. A. (2021). *Pengaruh Korean Wave Dan Brand Ambassador Pada Pengambilan Keputusan Konsumen* . Vol. 22, No. 1, Juli.
- Angesti, R., & Oriza, I. (2018). *Peran Fear Of Missing Out (Fomo) Sebagai Mediator*. 2(2), 790–800.
- Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran (Dasar Dan Pengantar Manajemen Pemasaran)*.
- Arum Wahyuni Purbohastuti1, A. A. H. (2020). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*. Volume 04 Nomor 01.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*.
- Choirun Nisak, S., Pudyaningsih, R., & Hastari, S. (2020). 54 | P A G E.
- Cindy Aprillia Azhary1, N. A. B. H. I. (2023). *Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo), Brand Image, Dan Promosi Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian* .
- Cindy Magdalena Gunarsih. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang* . Vol. 2 No. 1, 2021.
- Dewi Rosita. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa* . 04, Nomor 04,.
- Drewniany, B. L., & Jewler, A. J. (2013). *Creative Strategy In Advertising*. Cengage Learning. <https://books.google.co.id/books?id=5vawaaaaqbaj>
- Farida, H., Endahing Warni, W., & Arya Fakultas Psikologi Universitas Hang Tuah, L. (2021). *Self-Esteem Dan Kepuasan Hidup Dengan Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Remaja* (Vol. 4).
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21. <https://doi.org/10.47134/Pjp.V1i4.2823>

- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi Dan Sosial*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=1fsicgaaqbaj>
- Ghozali Imam. (2020). *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*.
- Heda, N. (2017). *Naufalsaverorakhaheda_12808144039*.
- Imro'atul Maghfiroh, M., Riqqoh, A., Safia, D., Agustianingsih, D., & Kholifah, N. (2024). *Jurnal Pemasaran Bisnis Pengaruh Fomo Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow*. <https://journalpedia.com/1/index.php/jpb/index>
- Jenita, N., Astiti, N., & Andhika, I. N. (2023). 8.81-95.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., Walangitan, O., Studi, P., Bisnis, A., Ilmu, J., Fakultas, A., Sosial, I., Politik, D., Sam, U., & Manado, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Kartikasari, D., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2013). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Mengkonsumsi Produk Mie Instan Merek Indomie)*.
- Kim, J., Lee, Y., & Kim, M. L. (2020). Investigating “Fear Of Missing Out” (Fomo) As An Extrinsic Motive Affecting Sport Event Consumer’s Behavioral Intention And Fomo-Driven Consumption’s Influence On Intrinsic Rewards, Extrinsic Rewards, And Consumer Satisfaction. *Plos One*, 15(12 December). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243744>
- Kotler, & Keller. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*.
- Kusuma, E. I., Surya, D., & Suhendra, I. (2017). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Member Tupperware Di Kota Rongkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(1).
- Luca, L., Burlea, S. L., Chiroasca, A.-C., Marin, I. M., Ciubara, A. B., & Ciubara, A. (2020). The Fomo Syndrome And The Perception Of Personal Needs In Contemporary Society. *Brain. Broad Research In Artificial Intelligence And Neuroscience*, 11(1sup1), 38–46. <https://doi.org/10.18662/brain/11.1sup1/27>
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 306.

- Mardiana, D., Sijabat, R., & Artikel, I. (2021). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. [Http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Widyacipta](http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Widyacipta)
- Masyitah, & Libbie Annatagia. (2022). Gambaran Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Remaja Muslim Di Pekanbaru Indonesia. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(3), 846–852. <https://doi.org/10.29313/Bcsps.V2i3.4885>
- Mutiara Diah. (2024). *Pengaruh Fomo, Persepsi Harga Dan Promosi Medsos Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Karen's Diner Jakarta*. Vol. 8, No. 3,.
- Nabilah, A. N., & Anggrainie, N. (2022). *Yume : Journal Of Management*. *Yume : Journal Of Management*, 5(2), 728–736. <https://doi.org/10.2568/Yum.V5i3.2162>
- Nizam, F. (2024). *Artikel_Fiki F Nizam_2001011920.Pdf*.
- Permadi, O., Ato'illah, M., & Jariah, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Men Pada Mahasiswa Itb Widya Gama Lumajang. *Jobman: Journal Of Organization And Business Management*, 6.
- Pratama, A. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene*.
- Probo, Y., & Ula, R. (2023). *Pengaruh Promosi, Motivasi Hedonis, Fomo, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kota Madiun*.
- Pudyaningsih, R. A., Imaduddin, W., Mufidah, E., & Ardhiyanti, P. E. (2022). 171-604-1-Pb.
- Pudyaningsih, R., Imaluddin, W., Mufidah, E., & Ardiyanti, E. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*.
- Purbohastuti, A. Wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/Jbt.V4i1.2480>
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *Theory Of Planned Behavior*.
- Putra, B., Dotulong, L., Hch Pandowo, M., Putra, B., Dotulong, L. O., Hch Pandowo, M., & Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2023). *The Influence Of Organizational Culture, Work Environment, And Workload Toward Employee Performance At Pt. Uphus Khamang Indonesia*.
- Putri Anggi Rofika, D., & Lukiana, N. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Produk

- Luwak White Koffie Di Kecamatan Candipuro. *Jobman: Journal Of Organization And Business Management*, 5.
- Ramadhani Shaumi. (2024). *Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Celebrity Endorser Tasya Farasya Terhadap Impulsive Buying Dengan Hedonism Sebagai Variabel Mediasi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Ristanto, H., Aditya, G., & Teknologi Dan Bisnis Semarang, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Cv Mitra Sejati Foamindo Semarang). In *Jbe Jurnal Bingkai Ekonomi Jbe* (Vol. 6, Issue 1). [Http://Itbsemarang.Ac.Id/Jbe/Index.Php/Jbe33](http://Itbsemarang.Ac.Id/Jbe/Index.Php/Jbe33)
- Rohman, N., & Lating, A. (2024). Admineksyar,+Hasil+Editor+3. *El-Iqtishod*.
- Rosita, D. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa*. Www.Digimind.Id
- Sa'adatus Salimah. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Citra Merek (Studi Kasus Produk Tos Tos Tortilla Chips)*.
- Sadiartha, A. A. N. G. (2020). *Best Practice Penelitian Kualitatif Dan Publikasi Ilmiah*.
- Salimah, Adatus. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Citra Merek (Studi Kasus Produk Tos Tos Tortilla Chips) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*. Www.Statista.Com
- Sanditya, R. (2019). *Hubungan Celebrity Endorser Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Konsumen Secara Online Di Media Sosial Instagram*. 7(1), 100–104.
- Santosa, P. B., & Hamdani, M. (2007). *Statistika Deskriptif Dalam Bidang Ekonomi Dan Niaga*.
- Santoso, S. (2012). *Analisis Sem Menggunakan Amos*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sari, F. (2022). *Skripsi Febriana Trs*.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Sударusman, E. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Azarine Di Yogyakarta. In *Eka Sudarusman* (Vol. 5, Issue 2).

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*.
- Sulistiowati, I., & Heryenzus. (2018). 440-Article Text-1172-1-10-20180331.
- Suprihartini, L., Rinaldi, H., Mirza Saputra, H., Tandra, R., Samuel Dendy Krisandi, Dan, Administrasi Bisnis, J., Negeri Pontianak, P., & Author, C. (2023). *Pelatihan Penggunaan Aplikasi Spss Untuk Statistik Dasar Penelitian Bagi Mahasiswa Sekota Pontianak*.
- Syafaah, N., & Santoso, I. H. (2022). *Fear Of Missing Out Dan Korean Wave : Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Kosmetik Asal Korea*.
- Syahrie Sultan. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Medan Area)* . Universitas Medan Area.
- Tapaningsih, W. I. D. A., Rijal, S., Eso, A. S. R., Sari, D. I., Kusumadewi, R. A., Harahap, M. G., Radiansyah, A., & Levany, Y. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Sada Kurnia Pustaka.
<https://books.google.co.id/books?id=Oy2ieaaaqbaj>
- Wachyuni, S. S., Namira, S., Respati, R. D., & Teviningrum, S. (2024). Fenomena Fear Out Missing Out (Fomo) Terhadap Keputusan Pembelian Restoran Viral Karen's Diner Jakarta. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 13(1), 89–101.
<https://doi.org/10.52352/jbh.v13i1.1382>
- Wahida, N., Ilham Wardhana Haeruddin, M., Ichwan Musa, M., & Paramaswary Aslam, A. (2024). *Pengaruh Fear Of Missing Out Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Universitas Negeri Makassar*.
- Wayan, N., Rosita, A., & Murwani, J. (2018). *The 11 Th Fipa Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Progam Studi Pendidikan Akuntansi-Fkip Universitas PGRI Madiun*.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program Spss, Amos, Dan Smartpls*. Yokyakarta Upp Stim Ykpn.
- Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Dengan brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond's). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.16-22>

Wijayanti, R., Paramita, D., Rizal, M. M. N., Riza, C., & Sulistyan, B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Zahra Syahputri, A., Della Fallenia, F., Syafitri, R., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*. <https://Jurnal.Diklinko.Id/Index.Php/Tarbiyah>/<https://Jurnal.Diklinko.Id/Index.Php/Tarbiyah/>

