

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P. (2016). Social Media and The Fear of Missing Out: Scale Development and assesment. *Journal Of Bussines & Economics*, 14(1), 33-44.
- Ferdinand, A. (2006). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Goyette, I. R. (2010). e-WOM Scale: Word-of-mouth measurement scale for e-services context. . *Journal of Administrative Sciences*, 5-23.
- Haedar, I. &. (2024). Pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Mirai Management*.
- Hayuningtrias, D. e. (2022). Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone. *Jurnal Manajemen*.
- Hennig-Thurau, T. G. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- IDC. (2024). Worldwide quarterly mobile phone tracker. International Data Corporation.
- Junita, D. e. (2024). Pengaruh lifestyle terhadap keputusan pembelian iPhone pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Kotler, P. &. (2016). Marketing management (15th ed.). *Jurnal Pendidikan*.
- Lathifah, N. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out terhadap keputusan pembelian iPhone. *Jurnal Manajemen*.
- Lo, C. &. (2023). Pengaruh reputasi merek terhadap minat beli produk Apple. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Martiyanti, D. &. (2024). The role of E-WOM emotionality on Gen Z's purchase intention in e-commerce. *Jurnal Manajemen*.
- Muchlis, M. &. (2024). Pengaruh electronic word of mouth terhadap purchase intention melalui citra merek. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.

- Muhammad, A. (t.thn.). Fear of Missing Out effect in digital marketing and live shopping. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Natalia, N. &. (2025). Pengaruh electronic word of mouth terhadap purchase intention Generasi Z. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Ngo, T. (2024). The effect of electronic word of mouth on Generation Z purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Novalia, A. M. (2025). Pengaruh need for uniqueness, conspicuous consumption, dan fear of missing out terhadap purchase intention produk iPhone dalam perspektif etika bisnis Islam (Studi pada Generasi Z di Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Nurmalia, N. (2024). Digital lifestyle dan keputusan pembelian Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Pramesthi, D. (2025). Pengaruh electronic word of mouth pada media sosial TikTok terhadap minat beli iPhone. *Jurnal Manajemen*.
- Przybylski, A. K. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*. 29(4), 1841–1848.
- Safitri, R. (2025). Karakteristik Generasi Z dalam perilaku konsumsi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Schiffman, L. G. (2025). Consumer behavior (10th ed.). *Jurnal Manajemen*.
- Sinaga, R. (2025). Pengaruh lifestyle terhadap purchase intention pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen*. Pearson.
- Sugiyono. (2006). Metode penelitian bisnis. *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. *Alfabeta*.
- Susanti, S. &. (2024). Pengaruh electronic word of mouth terhadap minat beli pada TikTok Shop. *Jurnal Manajemen*.
- Towoliu, R. M. (2024). Pengaruh fear of missing out dan reputasi merek terhadap

minat beli produk Apple. *Jurnal EMBA*.

Tresna, P. (2025). Fear of Missing Out in consumer behavior: A systematic literature review. *Journal of Consumer Marketing*.

Ulfa, U. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out terhadap perilaku pembelian impulsif Generasi Z. *Jurnal Manajemen*.

