

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Ilkan, M., & Sahin, P. (2016). eWOM, eReferral and gender in the virtual community. *Marketing Intelligence and Planning*, 34(5), 692–710. <https://doi.org/10.1108/MIP-05-2015-0090>
- Akbar, R. D., & Wasino. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Solaria. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 21–30. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76105>
- Amaliyah, N. (2017). *Penyehatan Makanan dan Minuman-A*.
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 1 (ed.)). Prenhalindo.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). *TOKOPEDIA DI KOTA MANADO THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE , PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON TOKOPEDIA E-COMMERCE IN MANADO CITY* Oleh : *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Jurnal EMBA Vol . 9 No . 2 April 2021 , Hal . 9(2), 663–674.*
- Apriliani, H. N., & Setyawati, H. A. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth , Brand Image , dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Moisturizer Skintific*. 5(3), 247–258.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis - Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (E. Risanto (ed.)). Penerbit ANDI.
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (eWOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 148–157. www.marketeers.com
- Dewi, S. R., & Gunanto, E. Y. A. (2023). Analisis Peran E-Wom, Halal Awareness, Marketing Influencer Dan Lifestyle Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(2), 1–18.
- Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan*

- Kewirausahaan*, 2(2), 181–191. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i2.260>
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Good, M. C., & Hyman, M. R. (2020). ‘Fear of missing out’: antecedents and influence on purchase likelihood. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 28(3), 330–341. <https://doi.org/10.1080/10696679.2020.1766359>
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context. In *SpringerBriefs in Business*.
- Kasakeyan, R. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Street Boba Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1208–1217.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). Strategic Brand Management. In *Strategic Brand Management*. <https://doi.org/10.1093/hebz/9780198797807.001.0001>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). PT.Indeks.
- Kotler, P., Keller, Manceau, & Hemonnet-Goujot, A. (2016). Marketing Management 15th. In *Décisions Marketing* (Vol. 83).
- 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(1), 38–46.
- Luca, L., Burlea, S. L., Chiroasca, A., Marin, I. M., & Ciubara, A. B. (2020). *The FOMO Syndrome and the Perception of Personal Needs in Contemporary Society*. 11(1), 38–46.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Ningtyas, Y. P., & Fauzi, R. U. A. (2023). *PENGARUH PROMOSI, MOTIVASI HEDONIS, FoMO, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE DI KOTA MADIUN*.

September.

- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., Batin, M. H., & others. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=Oa1eEAAAQBAJ>
- Nuraidah, & Megawati, L. (2023). Pengaruh Digital Merketing dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Survei pada Pelanggan Store Ms Glow Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 386–400.
- Nurhalim, A. D. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE GOJEK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS EFEK COVID-19 KONSUMEN KARAWACI TEGAL BARU TANGERANG)*. 9(1), 17–29.
- Pertiwi, D. D., Sapta, P. S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Effect Of Product Quality, Price Perception, And Brand Image On The Purchase Decision Of Lemonilo Brand Instant Noodle Products In Jakarta City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9035–9042. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=ZoyIDwAAQBAJ>
- Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc Donald'S Di Palmerah Jakarta Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 102. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.567>
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang) Abstrak*. 5(c), 156–167.
- Salsabila, A. N. (2023). *Pengaruh Promosi Penjualan , Merek , Harga , Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Shopeepay di Kabupaten Gresik*. 1(4).
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *PERILAKU KONSUMEN - Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (N. WK (ed.); Ed. 1). C.V ANDI OFFSET.
- Sari, T. P., & Ambardi. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare the Originote the Influence of Electronic of Mouth, Price, and Brand Image on the

- Decision To Purchase the Originote Skincare Products. *JAMMI-Jurnal Akuntansi UMMI*, 4(1), 25.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (20 th). Pearson Education.
- Sianipar, N. A., & Kaloeti, D. V. S. (2019). *HUBUNGAN ANTARA REGULASI DIRI DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA MAHASISWA TAHUN PERTAMA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS DIPONEGORO*. 8, 136–143.
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Sisca, Anggusti, M., & Muliatie, urilla E. (2021). Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas. In *Yayasan kita menulis*. [https://books.google.co.id/books?id=mrc0EAAAQBAJ&pg=PA113&dq=definisi+loyalitas&hl=ban&sa=X&ved=2ahUKEwjBm8X0o5fzAhU36XMBHZ8HAscQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=definisi loyalitas&f=false](https://books.google.co.id/books?id=mrc0EAAAQBAJ&pg=PA113&dq=definisi+loyalitas&hl=ban&sa=X&ved=2ahUKEwjBm8X0o5fzAhU36XMBHZ8HAscQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=definisi%20loyalitas&f=false)
- Siswanty, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH , BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SARIAYU MARTHA TILAAAR (Studi pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar yang berada di Kota Semarang) Pendahuluan Rumusan Masalah*. IX(Iii), 380–388.
- Solt, M. Van, Rixom, J., Taylor, K., & Rixom, J. (2018). FOMO: How the Fear of Missing Out Drives Consumer Purchase Decisions. *Association of Marketing Theory and Practice Proceedings*, 41–43.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. DEEPUBLISH.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (ed.)). ALVABETA, cv.
- Suhartini, & Maharani, D. (2023). Peran Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 349–356.
- Sumini, Nurajizah, N., & Indriani, M. (2018). *NEURO-LINGUSITIC PROGRAMMING (NLP) BASED COUNSELING SEBAGAI SOLUSI UNTUK MEREDUKSI EFEK FOMO (FEAR OF M*. 109–116.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2020). *Pemasaran*. Andi Offset.
- Tulong, D. R. P., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Bauran

Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Verel Bakery & Coffee. *Ejournal.Unsrat.Ac.Id*, 3(1), 36–40.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/37987>

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., Burhanuddin, Haeruddin, M. I. W., Musa, M. I., & Aslam, A. P. (2024). Pengaruh Fear Of Missing Out Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Makassar). *EBISMAN : EBisnis Manajemen*, 2(1), 30–43.

Widiani, N. L. M., Indiani, N. L. P., & Wahyuni, N. M. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Konsumen Berbelanja Kembali Di Zalora. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 127.
<https://doi.org/10.38043/jimb.v2i2.2337>

Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.

<https://jurno.id/mengulik-gaconya-mie-gacoan>

https://id.wikipedia.org/wiki/Mie_Gacoan

<https://www.bps.go.id/id/publication/2022/06/15/73d93fd0f16f665fe3b60f56/statistik-penyedia-makan-minum-2020.html>

<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/07/18/b7439b2db9b878d623830f0b/statistik-penyedia-makan-minum-2021.html>

<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/12/22/1f688af1ba26ff02e07679ac/statistik-penyedia-makan-minum-2022.html>

https://www.gramedia.com/literasi/teori-perilaku-konsumen/srsltid=AfmBOoqeNy61GDu1ydnZgvuAaay2u41_wi5OfzqmmPSWo1wf2OSLc9w#google_vignette