

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah dan Jogiyanto. 2015. Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM Dalam Penelitian Bisnis.
- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. 2017. Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, no 3.
- Ananda, F. G., & Hendratmoko, C. 2024. Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa Di Surakarta. (hlm 192–203) *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur*.
- Anneta Marriel S. 2024. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mother Of Pearl Dari Tasya Farasya. *Univeristas Islam Indonesia*.
- Anggraeni, H., & Rachmi, A. 2023. Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada Toko Trend Hijab Malang. (hlm 8-13) *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 1.
- Aprilia, E. P., & Darmawan, D. 2025. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik. (hlm 50-61) *Masman Master Manajemen*, 3(1),. <https://doi.org/10.59603/Masman.V3i1.709>.
- Ardiati, V. A., & Nuryanto, I. 2024. Pengaruh Brand Trust, Word Of Mouth dan Sales Promotion Terhadap Keputusan pembelian Air Mineral Pristine di Kota Semarang. (hlm 294–303). *Moneter: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*,. <https://doi.org/10.61132/Moneter.V2i2.495>.
- Arianty, N., & Andira, A. 2021. Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. (hlm 29-50). *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. <https://doi.org/10.30596/Maneggio.V4i1.6766>.
- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Azhari, D. A. W., & Arifin, K. 2024. Pengaruh Desain Produk Mio Gear Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dialer Motor Yamaha. (hlm 1119–1128). *Cv Surya Prima Tanjung*. Japb.
- Azmi, T. Z., Taufiqurrahman, H., Adabi, B. C., Marsinem, & Wicaksono, E. 2023. Pengaruh Brand Image Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian. (hlm 101–112). *Margin Eco: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*.
- Azzura, N., & Mardhiyah, A. 2023. Pengaruh Brand Ambassador Twice, Kualitas Produk Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Medan). *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*.
- Bagus, A. P. 2024. Pola Pikir, Variabel Dan Hubungan Variabel. (hlm 520–529). *Cendikia: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(9).

- Buchory, A. R., & Putra, A. B. 2024. Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Frestea. (hlm 33–41). Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital (Jumabedi), 1(2). <https://doi.org/10.61132/Jumabedi.V1i2.56>.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. 2001. The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>.
- Denayanti, A. S., & Yunarti, S. 2025 Pengaruh Personal Branding Hanum Mega Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanum Beauty Care. (hlm 167–175). *Ikraith-Humaniora*, 9(1),. <https://doi.org/10.37817/Ikraith-Humaniora>.
- Enre, A., Hutagalung, D. S., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. 2024 Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Cv Obor Pematangsiantar. Owner. <https://doi.org/10.33395/Owner.V4i1.173>.
- Erianti, D., & Athanasius, S. S. 2019. Peran Brand Trust Dalam Pengaruh Kredibilitas Selebgram Endorser Dan Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Kosmetik Di Semarang. (hlm 287–302) Jemap: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan, 2. www.Loreal.Co.Id.
- Fatimah, A. N. N. 2023. Pengaruh Personal Branding, Harga, Dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Bittersweet By Najla. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Fauzan, A. A. N. A. 2022. Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fear Of Missing Out) Dengan Kecenderungan Nomophobia Di Sma Negeri 1 Purwodadi. Universitas Islam Sultan Agung.
- Firdaus, I. F., Yusnita, R. T., & Pauzy, D. M. 2023. Pengaruh Desain Produk Dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.61132/Nuansa>.
- Firdausi, I. N., & Nirawati, L. 2023. Dampak Adanya Influencer Investor Serta Perilaku Fear Of Missing Out (Fear Of Missing Out) Terhadap Keputusan Pembelian Saham Di Indonesia. (hlm 190–196). *Masip: Jurnal Manajemen Administrasi Bisnis Dan Publik Terapan*, 1(3). <https://doi.org/10.59061/Masip.V1i3.347>.
- Firmansah, S., Isyanto, P., & Sumarni, N. 2023 Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat Di Kabupaten Karawang. (hlm 4980–4996) *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.
- Ghozali, I. 2021. Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24. Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. (hlm 2–24). *European Business Review*. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.

- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. 2020 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Shopping Goods. (hlm 91-103) Journal Of Business And Banking, 10(1). <https://doi.org/10.14414/Jbb.V10i1.2261>.
- Harifin, M. G., & Paramita, S. 2024. Pengaruh Brand Trust Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. (hlm 42-47) Prologia.
- Hikam, I. F. 2024. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image Dan Purchase Decision Produk Beauty And Skincare Di Tiktok Dengan Moderasi Fear Of Missing Out (Fear Of Missing Out). (hlm 564-578). Seiko : Journal Of Management & Business.
- Hodkinson, C. 2019. Fear of Missing Out (FoMO) marketing appeals: A conceptual model. Journal of Marketing Communications. <https://doi.org/10.1080/13527266.2016.1234504>.
- Hisbullah, M. A. D., Purnamasari, E. D., & Emilda. 2023. Pengaruh Viral Marketing Dan Fear Of Missing Out Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mixue Di Kota Palembang. (hlm 166-177). Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia.
- Igamo, A. M., Zodarina, N., Pratama, G., Mardiana, R., & Damayanti, A. 2024. Analisis Perilaku Konsumen Menuju Konsumsi Berkelanjutan: Studi Kasus Bisnis Thrifting Lokal Di Palembang. (hlm 4361-4374). Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(5). <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i5.1700>.
- Irna, K., & Imron, A. 2023. Pengaruh Harga, Brand Image, Personal Branding, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik. (hlm 318-335). Jurma: Jurnal Riset Manajemen. <https://doi.org/10.54066/Jurma.V1i4.1081>.
- Khairunnisa, Ilhamuddin, M., & Dayani, R. 2024 Pengaruh Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Mediasi Online Customer Review (Study Terhadap Produk Mop Beauty Tasya Farasya Di Kota Mataram). (hlm 82-89). Jurnal Riset Pemasaran.
- Kurnia, R. 2019. Personal Branding Selebgram Dalam Media Sosial Instagram (Studi Pada Selebgram Di Kota Bandar Lampung. Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Kurniati, K. 2020. Pengaruh Pengawasan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Bagian Produksi Pada Pt.Sari Lembah Subur. Universitas Islam Riau.
- Kusumaningtyas, F. N. H. 2023 Pengaruh Pemasaran Word Of Mouth dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Coffee Shop Simalis. (hlm 72-77). Jurnal Mekar.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. Holistic Journal Of Management Research.

- Latan, I. G. dan H. 2015. Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0. Universitas Diponegoro.
- Layli, A. N., Maidita, C., & Asilmi, C. B. 2022. Pengaruh Desain Kemasan Produk Kecantikan Terhadap Minat Beli Konsumen. (hlm 6–13). *Journal Beauty And Cosmetology (Jbc)*.
- Maggie. 2024 Pengaruh Personal Branding Tasya Farasya Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian ‘Mother Of Pearl. (hlm 79-91). *Jurihum : Jurnal Inovasi Dan Humaniora*.
- Maria, V., Irpani, F. S., Khariza, N. A., & Ramadhani, V. 2025. Analisis Fear Of Missing Out (Fear Of Missing Out) Labubu Terhadap Pembelian Impulsif Di Kalangan Masyarakat Indonesia. (hlm 128-135). *Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*. <https://doi.org/10.61132/Menawan.V3i1.1130>.
- Monitaria, A. M., & Baskoro, E. 2021 Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul. (hlm 622–635). *Jurnal Manajemen Diversivikasi*.
- Muchtar, M. I., Akbar, R. R., & Pratama, M. R. 2024 Pengaruh Brand Trust, Promosi Media Sosial Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Permen Relaxa Di Kabupaten Bandung. (hlm 715–722). *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V10i1.2075>.
- Muharam, A. S., & Sofian, S. 2011 Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen.
- Nastiti, P. A., Ekowati, T., & Runanto, D. 2024 Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Quality Product Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Cosmetics Di Purworejo. (hlm 88–108). *Jurnal Volatilitas*.
- Nuha, M. S. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar.
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. 2023. Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square Pada Kinerja Pegawai Pt. Bank Pembangunan Daerah Jambi. (hlm 125–135). *Indonesian Journal Of Applied Statistics*. <https://doi.org/10.13057/Ijas.V6i2.78921>.
- Oktaviani, W., & Furyanah, A. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Pada Ptradja Sakti Motor. (hlm 681–691). *Jurnalperkusi: Pemasaran, Keuangan, Dan Sumber Daya Manusia*.
- Phung, M., & Oktavianti, R. 2024. Personal Branding Dan Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Tiktok. (hlm 8-16). *Kiwari*.
- Pranoto, A. S. 2020. Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Semarang.

- Prastyawan, A., & Lestari, Y. 2020. Pengambilan Keputusan”. Unesa University Press.
- Prawira, A. A. N. D. N., & Setiawan, P. Y. 2021. Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Sepatu Merek Nike. (hlm 1305–1324). E-Jurnal Manajemen. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2021.V10.I12.P03>.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. 2013. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- Pulungan, S. C. I., Yuliana, Y., Utama, I., & Hadian, A. 2024. Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Manajemen : Jurnal Ekonomi Usi*.
- Putra, A. S. 2018. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*.
- Putra, H. L., & Lusia, A. 2023. Pengaruh Desain Produk, Gaya Hidup, Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pcx Di Kota Klaten. (hlm 92–117). *Masip: Jurnal Manajemen Administrasi Bisnis Dan Publik Terapan*. <https://doi.org/10.59061/Masip.V1i2.213>.
- Putri, R. A., Ellyawati, N., & Permatasari, I. 2023. Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Shopee (Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman). (hlm 273–282). *Educational Studies: Conference Series 3*.
- Qonita, A. Z. 2024. Variabel Dalam Penelitian: Jenis-Jenis & Cara Menentukannya. *Telkom University 12 September*.
- Rachman, B. J., & Santoso, S. B. 2015. Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Pada Customer Distro Jolly Roger Semarang). (hlm 1-15). *Diponegoro Journal Of Management*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/Dbj>.
- Rahmawati, A. A.-Z., & Swarnawati, A. 2024. Pengaruh Personal Branding Raisa Andriana Terhadap Keputusan Pembelian Produk Raine Beauty. (hlm 1-12). *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*. <https://doi.org/10.47861/Tuturan.V2i2.909>.
- Rahmawati, L., Fadhillah, M., & Cahya, A. D. 2023. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Brand Erigo Di Indonesia. (hlm 481-495). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*.
- Rizky, A., Mulyadi, D., & Sungkono. 2024. Pengaruh Fear Of Missing Out (Fear Of Missing Out) Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Viral Di Media Sosial Pada Gen-Z (Studi Kasus Di Kabupaten Karawang). (hlm 211–219). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/Neraca>.

- Rohman, N. L., & Lating, A. I. S. 2024. Pengaruh Fear Of Missing Out, Kualitas Produk, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Uin Sunan Ampel Surabaya. (hlm 23-84). Jurnal Kajian Ekonomi Syariah.
- Sagala, B., Aisyah, N., & Lubis, A. 2024. Pengaruh Brand Trust Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Fans (Studi Kasus Pada Sma N 1 Habinsaran, Sumatera Utara). Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (Jebs). <https://doi.org/10.47233/Jebs.V4i5.2068>.
- Sianipar, G. J. M., & Sinaga, J. V. 2020. Pengaruh Brand Image Dan Personal Branding “Felicya Angelista” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Medan. Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb).
- Stevani, G. A. 2022. Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Semarang.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis. Andi Offset.
- Ulfami, P., & Saino. 2020. Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Giyomi Melalui Shopee. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn).
- Wachyuni, S. S., Namira, S., Respati, R. D., & Teviningrum, S. 2023. Fenomena Fear Of Missing Out (Fear Of Missing Out) Terhadap Keputusan Pembelian Restoran Viral Karen’s Diner Jakarta. Jurnal Bisnis Hospitaliti. <https://doi.org/10.52352/Jbh.V13i1.1382>.
- Wahida, N., Barhanuddin, 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 Universitas Negeri Makassar.
- Wijaya, I. P. A. Y., Indiani, N. L. P., & Ningsih, N. L. A. P. 2024. Pengaruh Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion E-Marketplace Dengan Mediasi Citra Merek. Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>.
- Yuhana, Setiawan, D., & Utomo, P. E. P. 2024. Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi Dengan Pendekatan Hot-Fit Model. Universitas Jambi Naskah Diterima: 12 Juni. <https://doi.org/10.21456/Vol14iss1pp>.
- Yuliarti, R. 2020. Pengaruh Personal Branding Food Enthusiast Ulfah Yunita Putri Utami Pada Instagram @Agakenyang Terhadap Minat Konsumen Kuliner. Jurnal Visi Komunikasi.
- Yunitasari, C., & Japariato, E. 2023. Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding Dari C.Y.N. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.