

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, Khoirul. (2023). Berkat JKT48, Shopee Live Erigo Raup Rp 5 M 10 Menit Kurang!. Diakses pada 3 November 2024 dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230819232829-37-464356/berkat-jkt48-shopee-live-erigo-raup-rp-5-m-10-menit-kurang>
- Anggraeni, T., & Shafitri, S. (2020). Analisa Strategi Co-Branding Smitten By Pattern Pada Sebelum dan Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 159-168.
- Arsj, F. R. (2023). *Does Social Media Marketing Influences Consumer Purchase Decisions at Marketplace?*. *AJIM (Airlangga Journal of Innovation Management)*, 4(1), 114-124.
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh Influencer *Marketing*, Electronic Word of Mouth dan Social Media *Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 778-789.
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Social Media *Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Emas*, 2(2).
- Edot. (2024). 5 *E-Commerce* dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia pada Awal 2024, Siapa Juaraanya?. Diakses pada 14 November 2024 dari <https://edot.id/articles/5-E-Commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-pada-awal-2024-siapa-juaranya>
- Fadilla, Q. I., & Jamiati, K. N. (2023). Pengaruh Co-Branding Dear Me Beauty X KFC Terhadap Keputusan Pembelian. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(4), 193-202.
- Fakhrudin, S. H., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh Co-Branding Dan Customer-Based Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Co-Branding Produk Stockroom-Oldblue Di Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 360-368.
- Fatihah, S. K. N., & Ratnasari, I. (2024). Pengaruh Live Streaming dan Brand Ambassador Engagement terhadap Keputusan Pembelian Erigo: Studi Kasus Penggemar Grup Idola Jkt48 terhadap Produk Erigo di Karawang. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 1206-1216.
- Fiki Fahrur Nizam, F. (2024). Pengaruh Hedonic Lifestyle, *Fear of missing out (FoMO)* dan Quality Product Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Doctoral dissertation, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan).

- Ghozali Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metodelogi Research Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset. Indeks, Jakarta.
- Hendrian Syah, M. C. (2023). Pengaruh variasi produk dan social media *marketing* terhadap keputusan pembelian sepatu merek Ventela Shoes pada distributor Balcony Store Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Jakpat Survey. (2024) *Consumer Behavior Following Boycott Issue*. Diakses pada 15 Juli 2025 dari <https://www.biem.co/read/2024/03/22/100277/merek-fashion-lokal-menjadi-pilihan-teratas-masyarakat-untuk-menggantikan-merek-yang-diboikot/#:~:text=Lalu%2C%20pada%20penggunaan%20fashion%2C%20lokal,dan%20BERRYBENKA%20%2816>
- Kemenparekraf. (2023). Tren Fesyen 2023 di Indonesia, Wastra Menjadi Unggulan. Diakses pada 3 November 2024 dari <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/tren-fesyen-2023-di-indonesia-wastra-menjadi-unggulan>
- Kompas. (2022). Tampil di New York Fashion Week 2023, Erigo-X dan Tokopedia Tampilkan Balutan Proses Metamorfosis. Diakses pada 14 November 2024 dari <https://www.kompas.com/parapuan/read/533478669/tampil-di-new-york-fashion-week-2023-erigo-x-dan-tokopedia-tampilkan-balutan-proses-metamorfosis>
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid II*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management, 15th edition. United States: Pearson Education*.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Garry. (2012). *Principles of marketing. Pearson Prentice Hall: New Jersey*.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. PT Indeks.
- Kusuma, I. R. H. (2024). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi: Studi pada Erigo di Shopee terhadap mahasiswa Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

- Maula, D. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna TikTok Mahasiswi Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- 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.
- Paydas Turan, C. (2021). Success drivers of co-branding: A meta-analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), 911-936.
- Phillbert, T. (2022). Pengaruh Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Dominique's Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi: The Influence of Social Media *Marketing* on Dominique's Purchase Decision with Buying Interest as Mediation Variable. *PERFORMA*, 7(3), 346-357.
- 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*, 29(4), 1841-1848.
- Pujileksono, Sugeng. 2020. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang Kelompok Intrans Publising.
- Qolby, P. L. (2023). *Analisis pengaruh co-branding dan brand equity terhadap keputusan pembelian: Studi pada konsumen Erigo di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh viral *marketing* dan social media *marketing* terhadap keputusan pembelian di platform TikTok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457-466.
- Septianti, V. (2021). Pengaruh Kolaborasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Es Teh Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Sugiarto, I. 2022. *Metodologi penelitian bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiarto. 2017. *metodologi penelitian bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suhartini, S., & Maharani, D. (2023). Peran *Fear of missing out (FoMO)* dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 349-356.
- Suhartini, S., & Maharani, D. (2023). Peran *Fear of missing out (FoMO)* dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 349-356.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terpana: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Tito, A. C. P., & Stefani, S. (2023). Pengaruh Strategi Brand Collaboration Terhadap Purchasing Decision Pada Industri Minuman Kekinian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 55-64.
- Ubaidillah, M. (2024). Masuki Bisnis Pakaian Sport, Pemilik Erigo Buat Perusahaan Baru Erspo. Diakses pada 14 November 2024 dari <https://swa.co.id/read/441771/masuki-bisnis-pakaian-sport-pemilik-erigo-buat-perusahaan-baru-erspo>
- Waani, N. C., Mangantar, M., & Uhing, Y. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea Dan The Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1004-1013.
- 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.
- Yurika, N. M. M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Social Media *Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mori-Mori (Doctoral dissertation, Universitas Mahasarakswati Denpasar).