

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Andrews, J. Craig dan Terence Shimp. 2018. *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications (10th ed)*. USA: Cengage Learning.
- Blackwell, Roger, Clare D'Souza, Mehdi Taghian, Paul Miniard. 2006. *Consumer Behavior: An Asia Pacific Approach*. Thomson, Australia.
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler. 2014. *Bussiness Research Method*. New York: McGrawHill
- Engel, James F. Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 2006. *Consumer Behavior*. Mason: Permissions Department, Thomson Business and Economics.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hawkins, Del I., Best, Roger J., Coney , Kenneth A. 2001. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Kinnear, Thomas C, dan James R. Taylor. 2003. *Riset Pemasaran Edisi Tiga*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management Global Edition*. Pearson Education.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2013. *Fashion Marketing Communications*. United Kingdom: John Wiley & Sons, Ltd.
- Royan, F. M. 2005. *Marketing Celebrities*. PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta Barat: Indeks.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 2*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Shimp, Terence A. 2010. *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. South Western: Cengage Learning.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*, Yogyakarta : BPFU UGM.

Swastha, Basu dan Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal

Borshalina, Tita, Ariel R. T., Khairunnisa N. F., Rivalda A., Seja A. A. P., Mochammad R. Z., Obsatar S. 2022. *The Influence of Social Media and the Fear of Missing Out on Generation Z Purchasing Decision*. *Central Asia and the Caucasus: Vol. 23, Issue 1*.

Boswarva, Jessica Olwen. 2012. *The Marketing Relevance of Australian Cosmetic Brand Ambassadors*. *Faculty of Business and Law, Edith Cowan University, Australia*.

Celik, I. K., O. Eru., dan R. Cop. 2019. *The Effects of Consumers' FOMO Tendencies on Impulse Buying and The Effects of Impulse Buying on Post-Purchase Regret: An Investigation on Retail Stores*. *BRAIN – Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*. Vol. 10, Issue 3. ISSN 2067-3957.

Faradilla, Marischa Aqilah dan Sonja Andarini. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Produk Maybelline New York Melalui Sikap pada Iklan sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. 12, No. 1*.

Good, Megan C. dan Michael R. Hyman. 2020. *Fear of Missing Out: Antecedents and Influence on Purchase Likelihood*. *Journal of Marketing Theory and Practice*.

Gupta, Mayank dan Aditya Sharma. 2021. *Fear of Missing Out: A Brief Overview of Origin, Theoretical Underpinnings and Relationship with Mental Health*. *World Journal of Clinical Class*. 9(19): 4881-4889.

- Herawati, Sucihatiningsih D. W. Prajanti, dan Kardoyo. 2019. *Predicted Purchasing Decision from Lifestyle, Product Quality, and Price Through Purchase Motivation. Journal of Economic Education: 8 (1) 2019: 1-11.*
- Hodkinson, C. 2016. *Fear of Missing Out' (FOMO) marketing appeals: A conceptual model. Journal of Marketing Communication: Vol. XX, No. XX, 1-23.*
- Kang, Jiwon, Eunil Park, Munyoung Lee, Minsung Lee, Minsam Ko, Jinyoung Han. 2019. *Alliance for My Idol: Analyzing the K-Pop Fancam Collaboration Network. Proceeding on Human Factors in Computing System, May 4 – 9.*
- Kharisma, Liza and Saidun Hutasuhut. 2019. *Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. NIAGAWAN 8 (3): 197-215.*
- Kumala, E. F., Joko Widodo, dan M. Zulianto. 2022. *The Effect of Using the K-Pop Idol Ambassador Brand and Company Brand Image on Purchase Decision on the Marketplace Shopee. Jurnal Ilmu Manajemen: Vol. 6, No. 1.*
- Lailiya, N. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 2(2), 113–126.*
- Lestari, H., Sunarti, dan Bafadhal, A. S. 2019. *Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Citra Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei online pada konsumen Innisfree di Indonesia dan China). Jurnal Administrasi Bisnis, 66(1), 67–78.*
- Maghfiroh, As'alul., Zainul Arifin, dan Sunarti. 2016. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian pada Perdana Indosat Ooredoo. Jurnal Universitas Brawijaya Malang.*

- Mardiani, A. S., dan Aditya Wardhana. 2018. *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake. E-Proceeding of Management: Vol. 5, No. 2.*
- Nisrina, D., Incka A. W., Indah B. L., Fikri R. 2020. *Dampak Konsumerisme Budaya Korea (Kpop) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. Jurnal Penelitian Humaniora. Vol. 21 No. 1 Page 78-88.*
- Nulufi, K dan Murwatiningsih. 2015. *Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Citra Merek dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan.*
- Nofiauwaty, M. E. Fitrianto, dan Iisnawati. 2020. *Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. SIJIDEB, 4(1), 21-30.*
- Nordvall, Anna-Carin. 2014. *Consumer Cognitive Dissonance Behavior in Grocery Shopping. International Journal of Psychology and Behavioral Sciences.*
- Probosini, D. A., Nurdin Hidayat, dan Muhammad Yusuf. 2021. *Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan: Vol. 2 No. 2, 445-458.*
- Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. DeHaan, Valerie Gladwel. 2013. *Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear Of Missing Out. Computers in Human Behavior 29 (2013) 1841-1848.*
- Purwati, A., dan Cahyanti, M. M. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita: Vol.11, No. 1: 32-46.*
- Puspita, Cindy Mega dan Agung Budiarmo. 2020. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai*

Variabel Intervening (Studi pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang). Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. IX, No. III.

Tridayanti, F., dan Sylvie Nurfebriaraning. 2022. *Pengaruh NCT Dream sebagai Brand Ambassador terhadap Brand Image Produk Mi Instan Lemonilo pada Generasi Muda. Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau: Vol. 10, No. 2, pp. 67-80.*

Sajikumar, S., dan Sreedharan, D. N. V. 2020. *Fomo Marketing: Post Internet Evolution Marketing Strategy: A Study On Indian Perspective With Special Reference To Kerala. International Journal of Advanced Science and Technology, 29 (7), 2164–2177.*

Sari, Saidah Putri. 2020. *Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian pada Konsumen. Psikoborneo, Vol. 8, No. 1, 147-155.*

Sasongko, Rolan Mart., Alvian A. M., dan Muhammad Ridwan. 2023. *Fear of Missing Out Dalam Pemasaran: Kajian Literatur dan Implikasi. Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE). Vol. 4, No. 2.*

Shahnaz, N. B. F., dan Wahyono. 2016. *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. Management Analysis Journal.*

Siskhawati, L., dan Maulana, H. A. 2021. *The Influence of Brand Ambassador and Korean Wave on Purchase Decision for Neo Coffee Products. Jurnal Ekonomi dan Bisnis: Vol. 24, No. 01.*

Syafaah, N., dan Santoso, I. H. 2022. *Fear of Missing Out dan Korean Wave: Implikasinya pada Keputusan Pembelian Kosmetik Asal Korea. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia: Vol. 05, No. 03.*

Wang, Felicia dan E. S. Hariandja. 2016. *The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours in Indonesia.*

Zeelenberg, M., dan Pieters, R. 2006. *Feeling Is for Doing: A Pragmatic Approach to the Study of Emotions in Economic Behavior*. In D. De Cremer, M. Zeelenberg, & J. K. Murnighan (Eds.), *Social psychology and economics* (pp. 117–137). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Zhang, Zhuofan. 2018. *Fear of missing out: Scale development and impact on brand loyalty*.

Zuswayuda, M. R., dan U. N. Rosyad. 2018. *Hubungan antara Brand Ambassador dengan Minat Beli Konsumen*. Vol. 4, No. 2.

Website

Dinding Kota. 2022. *Model Perilaku Konsumen Philip Kotler*. Diakses pada 17 Februari 2023. <https://dindingkota.co/model-perilaku-konsumen-philip-kotler/>.

JWT Intelligence. 2012. *Fear Of Missing Out (FOMO)*. Diakses pada 17 Februari 2023.

Kompas. 2021. *Mengenal Irene Ursula Perempuan di Balik Kesuksesan Produk Kecantikan Lokal Somethinc*. Diakses pada 31 Maret 2023. <https://www.kompas.com/parapuan/read/532665005/mengenal-irene-ursula-perempuan-di-balik-kesuksesan-produk-kecantikan-lokal-somethinc/>.

Oktaviani, Dwi. 2022. *Gaet NCT Dream Jadi Brand Ambassador, Produk Kecantikan Ini Tawarkan Paket Khusus*. Diakses pada 4 April 2023. <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-353683187/gaet-nct-dream-jadi-brand-ambassador-somethinc-tawarkan-paket-khusus>.

Pahlevi, Reza. 2022. *Survei: 54% Konsumen Kosmetik Lebih Pilih Brand Lokal*. Diakses pada 23 November 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/04/survei-54-konsumen-kosmetik-lebih-pilih-brand-lokal>.

- Putri, Anisha Saktian. 2020. *Usia Berapa Perempuan Sudah Mulai Menggunakan Make Up dan dan Produk Skincare*. Diakses pada 23 November 2022. <https://www.fimela.com/beauty/read/4161333/usia-berapa-perempuan-sudah-mulai-menggunakan-makeup-dan-produk-skincare>.
- Riadi, Muchlisin. 2018. *Aspek, Jenis, Tahapan, dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli*. Diakses pada 13 Februari 2023. <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>.
- Sadya, Sarnita. 2022. *Mayoritas Responden Indonesia Pilih Kosmetik Merek Lokal*. Diakses pada 24 November 2022. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/mayoritas-responden-indonesia-pilih-kosmetik-merek-lokal>.
- Somethinc. 2023. NCT. Diakses pada 22 Februari 2023. <https://somethinc.com/en/nct>.
- Triadanti, et al. 2019. *Jadi Gaya Hidup, Benarkan Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?*. Diakses pada 13 Februari 2023. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>.