

DAFTAR PUSTAKA

- Aini. F., Maulidiyah. R. and Firdaus Hidayanto. M. 2022. 'Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian'. *Online) Jurnal Manajemen*. 14 (1). pp. 2022-83. Available at : <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10638>.
- Aisafitri. L., & Yusriyah. K. 2021. Kecanduan Media Sosial (FoMO) pada Generasi Milenial. *Jurnal Audience*. 4(01). 86–106. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>
- Al Ghazi. Muhammad Shaddam. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan. Harga. dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Empiris KSPPS Karisma Magelang). Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Angit. Lintang Ayu Sekar. 2023. Pengaruh *Fear of Missing out* dan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk *Bundling Somethinc* dan *Photocard NCT Dream*). Other thesis. UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Elviana. P., Siti Komariah Hildayanti. & Shafiera Lazuardi. 2024. Pengaruh *Fear of Missing out*. *Live Streaming* dan *Flash Sale* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Impor di *E-Commerce*. JEMSI (Jurnal Ekonomi. Manajemen. Dan Akuntansi). 10(2). 1318–1329. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2311>
- Farasandy. A. dan Arafah. M. 2023. Pengaruh Influencer Terhadap *Purchase Intention* Pada Platform Media Sosial. *Jurnal Ekonomi Trisakti*. Vol. 3 No. 2. Doi: <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17809>
- Fauzia. D. R. ., E.P., A.S.B. 2019. Pengaruh Religiusitas. Sertifikasi Halal. Bahan Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 66.
- Gartner. J., Fink. M.. & Maresch. D. 2022. *Technological Forecasting & Social Change The Role of Fear of Missing out and Experience in the Formation of SME Decision Makers ' Intentions to Adopt New Manufacturing*

- Technologies. Technological Forecasting & Social Change*. 180 (April). 121723. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121723>
- Ghozali. I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helmi. M. S., Arrafiqurrahman. & Maryoni. H. S. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Minimarket. *Ekonomi & Manajemen Bisnis*. 11(2). 87–107.
- Kaloeti. Dian Veronika Sakti. Ayu Kurnia S. dan Valentino Marcel Tahamata. 2021. “*Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing out Scale in adolescents. Psicologia: Reflexao e Critica. Volume 34. No. 1*
- Kotler. P dan Armstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2016. Marketing Management. 15th Edition. Pearson Education.Inc.
- Langit. Lintang Ayu Sekar. 2023. Pengaruh *Fear of Missing out* dan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk *Bundling Somethinc* dan *Photocard NCT Dream*). *Other thesis*. UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Mahardika. T. P. 2019. Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Beli dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 16(2). 2019.
- McGinnis. Patrick J. 2020. *Fear of Missing out: Tepat Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mohezar. S., S. Zailani. Z. Zainuddin. 2016. *Halal Cosmetics Adoption Among Young Muslim Consumers in Malaysia : Religiosity Concern. Global Journal Al-Thaqafah*. Vol. 6.
- Mutmainah. L. 2018. *The Role of Religiosity. Halal Awareness. Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food. Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*. Vol. 1

- Pramudiani, Jeni Putri dan Farah Margaretha Leon. 2024. Fenomena Fomo yang Mengakibatkan Minat Beli Produk Kosmetik yang di-Endorse Oleh Influencer Media Sosial Terhadap Mahasiswa di Indonesia. *Ekonomi Bisnis Digital*. Vol 2. No 1. doi: <https://doi.org/10.37365/ebid.v2i1.277>
- Prastiawan, Heri. 2021. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *Frozen Food* Sosis Vigo. *Skripsi Thesis*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Przybylski, A., Murayama, K., DeHaan, C., & Gladwell, V. 2013. *Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing out. Computers in Human Behavior*. 1841-1848.
- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. 201). Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap *Fear of Missing out* Di Kota Palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*. 21(2). 129–148. Retrieved from <https://jmb.lipi.go.id/jmb/article/view/867>
- Putro, Nugroho Atmo. 2024. Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, *Fomo*, dan *E-Wom* Terhadap Minat Beli Pada Minuman Kekinian *Mixue* (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan). Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Rasyid, A. 2017. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Retrieved from *Business Law*: <http://business-law.binus.ac.id/2017/11/18/badan-penyelenggara-jaminan-produk-halal/>
- Riska. 2021. Religiusitas dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Guru Pendidikan Islam di Kota Palopo). Institut Agama Islam Palopo.
- Safitri, Inge Klara. 3 November 2023. Konflik Israel dan Hamas-Palestina Memanas. <https://grafis.tempo.co/read/3452/konflik-israel-dan-hamas-palestina-memanas>. Diakses pada Agustus 8, 2024
- Santoso, I. H., Widyasari, S., & Soliha, E. 2019. Fomsumerism : Mengembangkan Perilaku *Conformity Consumption* Dengan Memanfaatkan *Fear of Missing*

- out Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. 15(2). 159–171.
<https://doi.org/10.32815/jibeka.v15i2.230>
- Satria Ardhi. 2023. Konflik Palestina-Israel Kembali Memanas. Indonesia Konsisten Dukung Palestina. UGM.ac.id. 16 Oktober. 2023.
<https://ugm.ac.id/id/berita/konflikpalestina-israel-kembali-memanas-indonesia-konsisten-dukung-palestina/>
- Schiffman dan Kanuk. 2018. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sharma. S., & Sharma. K. 2023. *Environment and Society; Climate Change and Sustainable Development*. Routledge.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif. dan R&D. Alfabeta.
- Tegar. Pangesti Mahardika. 2019. Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Beli dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Kosmetik Wardah di Yogyakarta). *Other thesis*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Widiana, M. E. 2020. Pengantar Manajemen. Penerbit CV. Pena Persada
- Wigati. S. 2011. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. *Jurnal Maliyah*. Vol.1.
- Yani. E. U., & Rojuaniah. R. 2023. Pengaruh Sosial Media Marketing dan Fomo terhadap *Purchase Intention* Melalui *Electronic Word of Mouth*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7(2). 18020–18030.
<https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.9217>
- Yusra. R. 2020. Hubungan Religiusitas Orang Tua Dengan Trust Menyekolahkan Anak Ke SDIT Di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Refila Yusra. 5(3). 248–253