

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, L. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Product Design terhadap Keputusan Pembelian Hijab Ayu Di Kota Banjarmasin*. 3(1), 33–45.
- Alaydrus, A. S. & S. (2020). *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya di Era Digital* (1st ed.). Widina Media Utama.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (14th ed.). Rineka Cipta.
- David McNally, K. S. D. (2002). *Be Your Own Brand* (1st ed.). Berrett-Koehler.
- Franzia, E. (2018). Personal Branding Melalui Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 15–20. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2690>
- Ghefira Farisa, H. R. (2024). Pasar Konsumen Mie Gacoan Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan. *Ekonodinamika Jurnal Ekonomi Dinamis*, 6(4), 88–95.
- Haidir, S. &. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode Pendekatan dan Jenis* (1st ed.). Kencana.
- Imam Santoso, H. M. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Indigo Media.
- Kurniawan, R., & Utami, R. H. (2022). Validation of Online Fear of Missing Out (ON-FoMO) Scale in Indonesian Version. *Jurnal Neo Konseling*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.24036/00651kons2022>
- Leon Andretti Abdillah, D. (2021). *Metode Penelitian dan Analisis Data*

- Comprehensive* (Z. Said Subhan Posangi, Indah Kusumawati (ed.); 1st ed.).
Insania Publishing.
- Lim, C., Genoviene, F., Riyanto, B., & Abdillah, F. (2024). *Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Keputusan Pembelian Donut of Curiosity. 1*, 1–10.
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear Of Missing Out* (1st ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mochammad Ronaldy Aji Saputra, D. (2023). *Metode Ilmiah Penelitian* (1st ed.).
Nizamia Learning Center.
- Narimawati, U. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis* (1st ed.). Cv Andi Offset.
- Novia, M. N. S. D. S. H. S. M. (2025). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Gusmurdiah (ed.); 1st ed.). Azzia Karya Bersama.
- Nugraha, J. P. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (1st ed.). PT. Nasya Expanding Management.
- Nur Aziz Sugiharto, Desya Nabila Savitri, B. T. (2023). Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime di Kota Bekasi. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 13(2), 55–68.
- Nurlan, F. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). CV. Pilar Nusantara.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Computers in Human Behavior Motivational , emotional , and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Salam, O. D. (2020). *Personal Branding Digital Natives di Era Komunikasi Media*

- Baru (Analisis Personal Branding di Media Sosial Instagram}*. 2(1), 19–30.
- Santoso, R., Munawi, hisbulloh ahlis, & Nevita, ary permatadeny. (2020). Analisa Perilaku Konsumen. *Teknologi Terapan*, 4(1), 294–301.
- Sofian, D. N., Ningrum, M. D., Sari, P. D., Winata, S. A., & Maimunah, S. (2024). *Strategi Pemasaran Pada Produk Dimsum Mentai Terhadap Peningkatan Pendapatan Dengan Memanfaatkan Media Sosial di Era Digital*. 2(2), 78–82.
- Srihasnita Rc, R., & Setiawan, D. (2018). Strategi Membangun Personal Branding Dalam Meningkatkan Performance Diri. *SELODANG MAYANG : Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 4(1), 19–25.
- 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.
- Sujani. (2017). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Belanja di Indomaret. *Majalah Ekonomi*, 22(2), 191–205.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau*. 1, 24–36.
- Tamara, N. D. M. S. D. & S. Y. (2022). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Taswiyah. (2022). Pengaruh Tingkat Fear of Missing Out (FoMO) dan Tingkat Pengawasan Orang Tua terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan TikTOK paada Remaja. *Program Studi SI Ilmu Komunikasi*, 8(1), 103–119.

- Tumewu, E. P. & B. (2014). *Personal Brand-Inc: Rahasia Untuk Sukses Dan Bertahan Di Karir* (1st ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya.
- Zainuddin Iba, A. W. (2023). *Metode Penelitian* (1st ed.). Cv. Eureka Media Aksara.