

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Mohamad Musa, Dede R. Oktini, and Dedy Ansari Harahap. "Pengaruh *Social media marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Bandung." In *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2:736–43, 2022.
- Adrie Charviandi, Henny Noviany, Yesi Suhartini, Aden Wijaya, and Muhamad Al Faruq Abdullah. *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023.
- Agung Widhi Kurniawan and Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Anang Firmansyah. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Aresti, Nadia Gita, Triyono Lukmantoro, and Nurist Surayya Ulfa. "Pengaruh Tingkat *Fear of missing out* (FoMO) dan Tingkat Pengawasan Orang Tua terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan TikTok pada Remaja." *Interaksi Online* 11, no. 3 (July 4, 2023): 272–84.
- Asrulla, Risnita, M. Syahrani Jailani, and Firdaus Jeka. "Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 26320–32.
- Azzahra, Fineyza Mahza, and Apriyanti Apriyanti. "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui." In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, Vol. 6, 2024. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/6380>.
- cacaflyindonesia. "Digital Consumerism in Indonesia : Social Media and FOMO Trends." *cacaFly Indonesia* (blog), November 17, 2023. <https://cacaflymetrodata.com/digital-consumerism-in-indonesia-social-media-and-fomo-trends/>.
- Darwin, Muhammad, Marianne Reynelda Mamondol, Salman Alparis Sormin, Yuliana Nurhayati, Hardi Tambunan, Diana Sylvia, I Made Dwi Mertha

- Adnyana, Budi Prasetyo, Pasionista Vianitati, and Antonius Adolf Gebang. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia, 2021.
- Daswan, Lestari, Tri Desi Lestari, Fauzan Fauzan, Markoni Markoni, and Hartini Hartini. "Pengaruh E-Wom Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Mahasiswa Iain Kendari." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 16, no. 2 (August 2, 2024): 28–37.
- Dedi Andriansah. "Peningkatan Impulsive Buying Event Harbolnas Shopee Melalui Fomo dan Hedonic Shopping." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 27, no. 2 (September 20, 2023): 83–90.
- Fadilah, Nur, Lukman Nuzul Hakim, and Titiek Sutriningsih Susilawati Susilawati. "Pengaruh Influencer Marketing Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Hanasui Pada Generasi Z Di Kota Kalianda Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi." *YUME : Journal of Management* 8, no. 2 (June 21, 2025): 1422–41.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran (III Ed.)*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008.
- Fauziah, Fitri, Netti Nurlenawati, and Dexi Triadinda. "Pengaruh *Fear of missing out* (Fomo) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Dengan Konten Media Sosial Tiktok Sebagai Variabel Moderasi." *JURNAL LENTERA BISNIS* 14, no. 2 (2025): 1421–36.
- Hanjaya, Billy Surya, Bayu Setyo Budihardjo, and Catharina Aprilia Hellyani. "Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UMKM." *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)* 1, no. 3 (June 13, 2023): 92–101.
- Hardani, Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rohmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020.
- Haryono, Gampo, Melifia Liantifa, Deky Hamdani, Zefri Efdison, and Yelnim Yelnim. *Manajemen Pemasaran Komprehensif, Teori Dan Implementasi Di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025.

- Hengky Latan and Selva Temalagi. *Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Hikam, Irsyad Farhanul. “Pengaruh *Social media marketing* Terhadap *Brand image* Dan Purchase Decision Produk Beauty and Skincare Di TikTok Dengan Moderasi *Fear of missing out* (FOMO).” *SEIKO: Journal of Management & Business* 7, no. 1 (2024).
- “Home – PT Eka Jaya Internasional.” Accessed May 29, 2025. <https://eji.co.id/>.
- Ichsan, Reza Nurul, and Ahmad Karim. “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Jasa Raharja Medan.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* 6, no. 1 (June 7, 2021): 54–57.
- Janna, Nilda Miftahul, and Herianto Herianto. “Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS,” 2021.
- Jaya, Aulia Kosmetiki Putri Diah, IGN. Anom Maruta, and Ni Made Ida Pratiwi. “Pengaruh *Brand Equity*, *Brand image* Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M Di Tunjungan Plaza Surabaya.” *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*. Accessed November 5, 2024.
- “Kantongi Ijin Produksi Dan BPOM - Hanasui Ramaikan Bisnis Kecantikan Skincare Hingga Make Up | Neraca.Co.Id.” Accessed October 21, 2024. <https://www.neraca.co.id/article/167939/kantongi-ijin-produksi-dan-bpom-hanasui-ramaikan-bisnis-kecantikan-skincare-hingga-make-up>.
- Karamoy, Tiffany Sayako. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Kota Manado.” *Bata Ilyas Educational Management Review* 2, no. 1 (May 18, 2022).
- Karima, Isnaini, Rois Arifin, and Muhammad Tody Arsyianto. “Pengaruh *Social media marketing*, Review Vlogger Kecantikan Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Hanasui (Studi Kasus Produk Lipstick Hanasui Di Kota Malang).” *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 13, no. 01 (2024): 3709–19.
- Khairunnisa, Shofiyah, Hety Budiyaniti, and Muh Ilham Wardhana Haeruddin. “Pengaruh *Social media marketing* Instagram, *Brand image*, Dan Kualitas

- Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar).” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 2, no. 4 (November 5, 2022): 110–26.
- Khalid, Bilal. “Revolutionizing Marketing Strategies: Analyzing Guerrilla Marketing, *Brand image*, and *Brand Awareness* Impact on Gen Y Purchasing Decisions.” *Management & Marketing* 19, no. 3 (October 24, 2024): 382–401.
- Kinasih, Vicensa Tania Tithes, Barkah Barkah, Nur Afifah, Ahmad Shalahuddin, and Hasanudin Hasanudin. “The Influence of *Brand image*, Celebrity Endorser, and Online Customer Review on Purchasing Decision on Skintific Beauty Products With The *Fear of missing out* (Fomo) as a Mediating Role.” *Jurnal Ekonomi* 12, no. 04 (2023): 2166–77.
- Kulsumaningtyas, Sheny, and Gunarso Wiwoho. “Pengaruh *Brand image*, Product Knowledge, dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream: Studi pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 5, no. 3 (September 26, 2023): 268–77.
- Kurniasari, Meatry, and Agung Budiarmo. “Pengaruh *Social media marketing*, *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 7, no. 1 (March 27, 2018): 25.
- Laili, Ellisa Fadia, Elevenson Nadapdap, Harianto Respati, and Fitria Earlike. “The Influence of *Fear of missing out* (FOMO) as a Mediating Variable between Beauty Influencers and *Brand image* on Purchase Intention for Wardah Products in Malang City,” 2025.
- “Lampau Wardah, Hanasui Jadi Kosmetik Paling Laris Jelang Lebaran.” Accessed July 12, 2025. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240408105805-128-529320/lampau-wardah-hanasui-jadi-kosmetik-paling-laris-jelang-lebaran>.

- Larika, Winda, and Sri Ekowati. "Pengaruh *Brand image*, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo." *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)* 1, no. 1 (2020): 128–36.
- Liyono, Arie. "Pengaruh *Brand image*, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada PT. Pancaran Kasih Abadi." *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 1 (June 14, 2022): 73–91.
- McGinnis, Patrick. *FOMO—Fear of missing out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- Mediatama, Grahanusa. "BPOM: Nilai Pasar Kosmetik Lokal Mencapai Rp 130 Triliun." [kontan.co.id](https://industri.kontan.co.id/news/bpom-nilai-pasar-kosmetik-lokal-mencapai-rp-130-triliun), July 26, 2024. <https://industri.kontan.co.id/news/bpom-nilai-pasar-kosmetik-lokal-mencapai-rp-130-triliun>.
- Moh. Kasiram. *Metodologi Penelitian Kualitatif - Kuantitatif*. Malang: UIN-Malang Press, 2008.
- M.S.M, Irra Chrisyanti Dewi, S. Pd, Dr Natalia Christiani CPHCM S. Pd , M. Pd, Rulli Krisnanda CHBA S. Tr Par , M. M. , CHE, Dr Iswati M.M S. E., Kristian Agung Nugraha M.Par S. Si, and Prof Dr Gancar Candra Premananto QCRO S. E. , M. Si , CDM , CCC , CI , AIBIZ. *Strategi Fomo Dalam Pemasaran Kuliner*. Lakeisha, 2025.
- Narottama, Nararya, and Natasha Erinda Putri Moniaga. "Pengaruh *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Denpasar." *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)* 8, no. 2 (2022): 741–73.
- Noer, Lissa Rosdiana, Prahardika Prihananto, Aqnis Asokawati, Sri Yuyu Ninglasari, and Ni Gusti Made Rai. "Pengaruh *Fear of missing out* (FOMO) Dan *Social media marketing* Terhadap Niat Pembelian Pada Produk Healthy." *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)* 17, no. 1 (2024): 103–22.
- Novia Ruli Kuniawati and Maya Ariyanti. "The Influence of *Social media marketing* on Purchase Decision by *Brand Awareness* and Trust (For

- Prospective Students Telkom University) | International Journal of Educational Research & Social Sciences,” December 2024.
- Perdana, Dionni Ditya, Widiyanti Widiyanti, Gushevinalti Gushevinalti, and Dionni Ditya Perdana. “Fenomena *Fear of missing out* (FOMO) Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (May 20, 2024): 54.
- Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. DeHaan, and Valerie Gladwell. “Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of *Fear of missing out*.” *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013): 1841–48.
- Putra, Brama Aji. “Analisis Relasi Kerja Dan *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Buku Catatan Hati Di Tanah Suci Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening.” *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 3 (December 13, 2022): 558–65.
- Putra, Fakhri Ade, and Ahmad Mardalis. “Pengaruh *Brand image* Dan *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Produk Logitech).” *Jurnal Manajemen Dirgantara* 17, no. 1 (2024): 38–48.
- Rahmani, Marsha Adilla, Arry Widodo, Anita Silvianita, and Nurafni Rubiyanti. “Minat Pembelian Produk Kosmetik Lokal Dengan Ulasan Online: Kerangka Konseptual.” *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 11, no. 1 (2024): 1184–94.
- Rasjidi, Raihan. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Universitas Islam Jakarta, 2017.
- Salamah, Mukhayati, M. Fadhli Nursal, and Dewi Sri Wulandari. “Peran *Social media marketing*, *Brand image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Madame Gie Di Kab. Bekasi.” *Jurnal Economina* 2, no. 10 (2023): 2686–2703.
- Salsabila, Rania, and Aditya Wardhana. “Pengaruh *Brand image* Dan *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Luxcrime (Studi Pada Konsumen Luxcrime Di Bandung).” *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 5 (2023): 3678–89.
- Sampurno, Dimas hamiarso aji, Adibah Yahya, Pupung Purnamasari, and Anna Wulandari. “*Fear of missing out* as Intervening in Digital Marketing and

- Brand image to Purchase Decision.” KENTAL: Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis Digital* 1, no. 1 (2024): 38–56.
- Samudra, Abu, Kurniawati Kurniawati, and Yolanda Masnita. “Sistem Teori Stimulus-Respon Dalam Kesesuaian Influencer-Produk Dan Interaksi Media Sosial Untuk Meningkatkan Niat Beli.” *Jurnal Riset Entrepreneurship* 7, no. 2 (August 26, 2024): 100–114.
- Sari, Ovi Hamidah, Arief Yanto Rukmana, Musran Munizu, Nurillah Jamil Achmawati Novel, Muhammad Fachrul Salam, Raden Marsha Aulia Hakim, Rani Sukmadewi, and Ratih Purbasari. *DIGITAL MARKETING : Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Sariani, Komang Widi, and Sularsih Anggarawati. “Social media marketing, Product Knowledge Dan *Fear of missing out* (Fomo) Terhadap Cosmetic Purchase Decision.” *REVITALISASI : Jurnal Ilmu Manajemen* 12, no. 2 (December 11, 2023): 301–10.
- “Sejarah UIN SATU.” Accessed May 29, 2025. <https://old.uinsatu.ac.id/profile/sejarah-uinsatu>.
- Setiawan, Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan. *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Sinambela, Lijan Poltak. *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Sriwendiah, Sandra, Dika Meirista, and Agam Herlangga S.M. *Strategi Terbaru Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Brand image*. Mega Press Nusantara, 2024.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- “Surat Al-Baqarah Ayat 286: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online.” Accessed June 3, 2025. <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/286>.

- Surya, Elfitra Desi. *Manajemen Merek: Membangun & Mengembangkan Merek*. 1st ed. Medan: CV. Andalan Bintang Ghonim, 2021.
- Tanrikulu, Gulfem, and Athanasios Mouratidis. "Life Aspirations, School Engagement, Social Anxiety, Social Media Use and *Fear of missing out* among Adolescents." *Current Psychology* 42, no. 32 (November 2023): 28689–99.
- Trisnadewi, I. Gusti Ayu Made Inten, Febianti Febianti, and I. Wayan Restu Suarmana. "Pengaruh *Brand image* Dan Iklan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis* 1, no. 12 (2022): 3626–41.
- Umamah, Umamah. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Harga Saham Gabungan Dengan Metode Moderated Regression Analysis." *Bimaster : Buletin Ilmiah Matematika, Statistika Dan Terapannya* 8, no. 4 (October 10, 2019).
- "Visi Misi." Accessed May 29, 2025. <https://old.uinsatu.ac.id/profile/visi-misi>.
- Wegmann, Elisa, Ursula Oberst, Benjamin Stodt, and Matthias Brand. "Online-Specific *Fear of missing out* and Internet-Use Expectancies Contribute to Symptoms of Internet-Communication Disorder." *Addictive Behaviors Reports* 5 (June 1, 2017): 33–42.
- Wulandari, Endah, and Imam Sujono. "Pengaruh *Brand image* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI." *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi* 8, no. 02 (September 6, 2024): 227–38.
- Yodi Pratama, Fachrurazi, Indra Sani, Henny Noviany, Indra Sani, Sari Narulita, Osrita Hapsara, Riche Fermayani, Rilyane Suzan Rasita Sembiring, and Abdurohim. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis dan Strategi Di Era Digital)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023.
- Yusfin, Andi Muh. Armin, Abduh Thamrin, and Abubakar Herminawaty. *Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan*. Gowa, Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida, 2021.

Yusuf, Ria Mardiana, and Darman Syarif. *Komitmen Organisasi*. Nas Media Pustaka, 2018.