

DAFTAR PUSTAKA

- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2020). Sindrom *Fear of Missing Out* Sebagai Gaya Hidup Generasi Milenial di Kota Depok. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 2(4). <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Aisya, S., & Riyadi, Y. A. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Journal of Islamic Economic and Business*, 02, 19. <https://doi.org/10.24256>
- Alfarisi, A. R., & Sukaris. (2024). *The Influence of Live Streaming, Fear of Missing Out (FoMO), and E-WOM on Purchase Decisions in TikTok Shop*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(6), 2677–2686. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.2958>
- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). *Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Muslim (Studi Kasus Pelanggan TikTok Shop di Surabaya)*. *Edunomika*, 07, 2.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi di stafee.ca Bouquet Sidoarjo. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6, 4. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. Pusat Penerbitan dan Percetakan.
- Anwar, R. N., Handayani, E. N., Quintania, M., Nova, F., & Putra, F. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Bahan Bakar Minyak Pertamina di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(5). <https://journal.ikopin.ac.id>
- Arifa, R. N., Juma'i, A., & Dewantara, N. (2024). *Pengaruh E-Wom, Live Video Promotion, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Tiktok Shop*. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 940–950. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1393>

- Arta, M. A. D., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Shopping* terhadap Minat Beli Produk Aerostreet pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2. <https://doi.org/10.62710/px9dev58>
- Az-Zahra, K. N., & Faiz, M. A. (2024). Pengaruh Marketing 5.0 Dan Fomo (*Fear Of Missing Out*) terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Kalangan Gen Z : Studi Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Ikraith-Ekonomika*, 7. <https://doi.org/10.37817/Ikraith-Ekonomika>
- Cantika, M., Sahlan, F., & Hendayana, Y. (2024). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Siaran Langsung terhadap Minat Beli Produk *Skincare* Somethinc pada Mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (Survei Pada Akun Tiktok Somethinc Official). In *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)* (Vol. 2, Issue 3).
- Chandra, A., Wijaya, F., Angelia, & Hayati, K. (2021). Pengaruh *Debt to Equity Ratio, Total Assets Turnover, Firm Size, dan Current Ratio* terhadap *Return on Assets*. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(1), 57–69. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i1.135>
- Christy, C. C. (2022). FoMO di Media Sosial dan e-WoM : pertimbangan berbelanja daring pada *marketplace*. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 331–357. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3742>
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1, 303.
- Dwinanda, G., & Yur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120>
- Elviana, P., Hildayanti, S. K., & Lazuarni, S. (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>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi terhadap Keputusan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1, 136. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1>
- Falajunah, C. T., & Hendayani, R. (2024). Pengaruh FoMO (*Fear of Missing Out*) by Tiktok Influencer terhadap Minat Beli Produk Scarlett. *Economic Reviews Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i2.340>
- Fatma, N., Alimuddin, M., Nursaifullah, Hardiyono, & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Nas Media Pustaka.

- Fauzi, A., Wahyudi, A. S., Al Fizikri, B., Danu, J., Sari, R. N., Habibah, S., Febianti, V., & Yuliani, Z. (2023). Pemanfaatan *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Penjualan pada Shopee. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10280879>
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Donat Madu Lapai. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 594. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2>
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *JESYA: Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 5(2), 1554. <https://doi.org/10.36778/jesy.v5i2.773>
- Hafizhoh, F. R., Gunaningrat, R., & Akhmad, K. A. (2023). Potongan Harga, *Live Streaming*, dan *Online Customer Review* terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 204–219. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2023>
- Handayani, E. N. (2020). Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Purchase Decisions Smartphone Produk Samsung. In *BHIRAWA: Jurnal Pemasaran Dan Perdagangan* (Vol. 5, Issue 1). www.topbrand-award.com
- Handayani, E. N., Quintania, M., Nova, F., & Anwar, R. N. (2024). Efektivitas dari Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi pada Konsumen Di Wilayah DKI Jakarta). *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 11, 37.
- Haryanto, M., Saudi, N. S., Anshar, Muh. A., Hatta, M., & Lawalata, I. L. D. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 222–237. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.436>
- Hasanah, F. I. (2024). Pengaruh *Live Streaming* dan Voucher Diskon terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *E-Commerce* Shopee. Universitas Darma Persada.
- Hidayah, I., Arifiantoro, T., & Nugroho, D. W. P. S. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Pudanis Di Kaliwungu). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 76–82.
- Hisbullah, M. A. D., Purnamasari, E. D., & Emilda. (2023). Pengaruh *Viral Marketing* dan *Fear of Missing Out* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mixue di Kota Palembang (Vol. 4, Issue 3).
- Iswahyuni, Z. S., Yuniar, V., Indriani, M. P., & Darojat, R. A. (2024). Pengaruh *Influencer* dan *Live Streaming* terhadap Niat Beli Konsumen Berkelanjutan pada Aplikasi Tiktok Shop. *Journal of Exploratory Dynamic Problems*, 1, 91–103.

- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung dan Manfaat yang Dirasakan terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>
- Kasmir. (2022). Pengantar Metodologi Penelitian (Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis) (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 395. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Mada, T., & Prabayanti, H. R. (2024). Pengaruh *Live Streaming Shopping* oleh Influencer terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Survei Pada Shopper Live Streaming @Louissescarlettfamily) (Vol. 8).
- Maghfiroh, M. I., Safia, A. R. D., Agustianingsih, D., & Kholifah, N. (2024b). Pengaruh Fomo dan *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. <https://journalpedia.com/1/index.php/jpb/index>
- Maimunah, F. H., & Rokhmat. (2023). Pengaruh *Live Streaming, Online Customer Reviews*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Buttonly Pada Platform Tiktok. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J. F. A., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *JURNAL EMBA*, 9(2), 110–121.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian terhadap Pembelian Ulang (*Literature Review Manajemen Pemasaran*). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Ma'sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10, 137.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah.
- Monicha, A., Sania, F., & Febriana, P. (2023). *Live Streaming* Tiktok Meningkatkan Penjualan dan Keterlibatan Merek di Indonesia. In *CONVERSE: Journal Communication Science* (Issue 1).
- Muniarty, P., Verawaty, Hasan, S., Patimah, S., CH, T., Butarbutar, D. J. A., Pratisti, C., Ismail, Noor, A., Guntarayana, I., Fitriana, Sari, R. K., & Sihombing, C. M. (2022). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi.

- Ningtyas, Y. P., & Fauzi, R. U. N. (2023). Pengaruh Promosi, Motivasi Hedonis, Fomo, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kota Madiun.
- Nugraheni, P. P., Kumaat, R. J., & Mandej, D. (2021). Analisis Determinan Ekspor Sulawesi Utara ke Negara-negara Tujuan Ekspor Periode 2012-2018. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 176–188.
- Nugroho, A. D., Damayanti, M., Ganinda, F. P., & Hidayatulloh, A. (2019). Peran *Word of Mouth* dalam Aktivitas Social Commerce. 5, 121.
- Nurchaya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. (2023). Penerapan Uji Asumsi Klasik Untuk Mendeteksi Kesalahan pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran pada Asumsi Klasik. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1. <https://doi.org/10.5281/zenodo.104492725>
- Nurivananda, S. M., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @Scarlett_Whitening Di Surabaya). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 147–148. <https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>
- Praditasetyo, D., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Aplikasi Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Online pada Shopee Indonesia.
- Pratiwi, R. D., Marhawati, Putra, R. S. P., Arifin, Hasbiah, S., Nuraisyiah, Nurdiana, Nur'aeni, Fatoni, Astuti, S., Dahliana, B., Hasdiansa, I. W., & Nuryadin, A. A. (2022). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Tahta Media Group.
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3236843/kasus-order-fiktif-di-lazada-meluap-warganet-ikutanbaper>.
- Puspitasari, A. V., & Kusuma, Y. B. (2024). Pengaruh *Korean Wave*, *Live Streaming* Dan *Flash Sale* terhadap Minat Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Produk Pemutih Scarlett di Media Sosial Tiktok). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Putri, R. D., Setyawan, D. H., Putra, R. A., Khatimah, H., & Ekonomi, F. (2023). Pengaruh Iklan Influencer dan Fitur *Live Streaming* terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet by Najla. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains Dan Terapan*, 1(1), 2023.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Turi, L. O., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., Kusnadi, Susilawati, E., Yusran, R. R., Juminawati, S., Sukrisno, A., & Sutoyo, M. S. (2022). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Rahmadani, S., & Akbar, I. R. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Suku Dinas Pendidikan Wilayah I Kota Administrasi Jakarta Selatan. *JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation*, 1(3).
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh *Live Streaming*, *Content Marketing*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Satriadi, Agusven, T., Lastriani, E., Hadmandho, T. C., Ramli, R. A. L. P., Sanny, A., & Prayoga, D. (2024). *Manajemen Pemasaran*. CV. Rey Media Grafika.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi, Ed.; 1st ed.). Penerbit Samudera Biru.
- Shobri, M., & Jaosantia, J. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Tinggi Islam*.
- Siswanto, E. J., & Aryanto, V. D. W. (2024). Pengaruh *Live Streaming*, *Advertising* dan *Affiliate Marketing* terhadap Minat Beli di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 04, 3.
- Sorongon, D. Y., Tielung, M. V., & Jan, A. B. (2024). Pengaruh *Fear of Missing Out*, *Trend Fashion* dan Harga terhadap Minat Beli Pada Produk Crocs di Manado Town Square. *I2(3)*, 1036–1047.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). CV. Pusataka Abadi.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo). <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>

- Syafaah, N., & Santoso, I. H. (2022). *Fear of Missing Out dan Korean Wave : Implikasinya pada Keputusan Pembelian Kosmetik asal Korea.*
- Syarifudin, Mandey, S. L., & Tumbuhan, W. J. F. A. (2022). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran.* CV. Istana Agency.
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>
- Wahida, N., Ilham Wardhana Haeruddin, M., Musa, M. I., & Aslam, A. P. (2024). Pengaruh *Fear Of Missing Out* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Negeri Makassar). *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, 2, 30–34.
- Widyasari, S., Soliha, E., & Santoso, I. H. (2019). Fomsumerism : Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption dengan Memanfaatkan *Fear of Missing Out* Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15, 159–171. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v15i2.230>
- Yani, U. E., & Rojuaniah. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing* dan Fomo terhadap *Purchase Intention* melalui *Electronic Word of Mouth*.

Website

Diakses pada:

5 Oktober 2024

<https://indocareb2b.com/data-penjualan-skincare-di-indonesia/>

18 Oktober 2024

<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/b32ac5a4a35e068/jumlah-pengguna-tiktok-terus-bertambah-ini-data-terbaru>

19 Oktober 2024

<https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/e55f918fb00588b/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>

<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7137746/indonesia-jadi-negara-paling-kecanduan-hp-di-dunia-rata-rata-berapa-jam-per-hari#:~:text=Warga%20Indonesia%20menghabiskan%20waktu%20dengan,Indonesia%20di%20ASEAN%20yakni%20Thailand>

<https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-jadi-negara-paling-kecanduan-hp-di-2023-BH8MU>

<https://stylo.grid.id/read/143913377/menuju-cosmetic-day-2023-perkembangan-brand-kosmetik-lokal-indonesia-yang-semakin-berinovasi?page=all>

<https://katadata.co.id/brand/merek/5f97832e74050/survei-kic-87-konsumen-lebih-suka-belanja-merek-dalam-negeri>

<https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>

22 Oktober 2024

<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1495a09cd46b53b/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-Indonesia>

01 November 2024

<https://www.marketeers.com/ini-dia-brand-skincare-dan-makeup-lokal-yang-paling-banyak-dipakai/>

<https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/8261a075758d768/10-merek-kosmetik-lokal-favorit-masyarakat-3-punya-paragon>

https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=297

2 November 2024

<https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>

