

Daftar Pustaka

- Aini, N. N., & Basuki, R. S. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Media Sosial Instagram@ Gartenhaus_Co dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Cafe Gartenhaus Malang Jawa Timur. *JAB: Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1), 25-28.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.
- Anang, M. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Andrew, R., Suryawan, I. N., & Kusumahadi, R. A. (2023). Fear of Missing Out and Perceived Quality Effect on Purchase Intention by Students. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 573-579.
- Christy, C. C. (2022). FoMo di media sosial dan e-WoM: Pertimbangan berbelanja daring pada marketplace. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(1), 331-357.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Dwisuardinata, I. B. N., & Darma, G. S. (2023). The Impact of Social Influence, Product Knowledge, and Fear of Missing Out (FOMO) towards Purchase Intention on Alcoholic Beverage in Bali. *Binus Business Review*, 14(1), 1-11.
- Farid, R. A., & Cahyani, L. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Pembelian Pada Lacamera Coffee Bandung. *eProceedings of Applied Science*, 4(1).
- Fauzi, M., & Fauzan, M. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Depati Vii Kopi Kota Sungai Penuh (Kerinci). *EL MUDHORIB: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 99-114.
- Gunawan, M. M., & Ramadhan, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Kopi Soe di Harapan Indah, Bekasi. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(2), 1382-1395.
- Harmazi, R., & Trihudiyatmanto, M. (2022). Store Athmosphere dalam Dimensi dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(6), 1-14.
- Indrabayu, A., & Destiwati, R. (2022). Pengaruh Komunikasi Intrapersonal dan Fear of Missing Out terhadap Hedonisme pada Generasi Z di Denpasar.

Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 3(4), 2169-2175.

- Indranopa, R., & Hermanto, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Distro-Distro Di Mataram). *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 195-216.
- Muslimah, A. N., Hamdani, I., & Irfani, F. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Superkue Bogor). *Al Amwal*, 1(1), 41-57.
- Nagari, W. S., Yuliansyah, M., & Handayani, E. S. (2023). Hubungan Fomo Dan Anxiety Terhadap Remaja Adiksi Medsos Di Smkn 1 Martapura. *Media Bina Ilmiah*, 17(6), 1225-1238.
- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Palembang (Studi Pada Mahasiswa FoMO di Universitas Sriwijaya dan Universitas Muhammadiyah Palembang). *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 129-148.
- Rahmawati, I., & Sijabat, R. (2022). Analysis of Influencer's Imitation Behavior Phenomenon, Fear of Missing Out About the Impact on Purchase Intention on Local Cosmetic Products Endorsed by Social Media Influencers. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 10454-10468.
- Rika, R., & Widya, P. R. (2021, September). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Minuman Luwak White Coffee. In *UMM Magelang Conference Series* (pp. 326-340).
- Santoso, I. H., Widyasari, S., & Soliha, E. (2021). Fomsumerism: Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption dengan Memanfaatkan Fear of Missing Out Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 15(2), 159-171.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Syafaah, N., & Santoso, I. H. (2022). Fear of Missing Out dan Korean Wave: Implikasinya pada Keputusan Pembelian Kosmetik asal Korea. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 405-414.
- Trijumansyah, A., Loda, M. Y., Solihat, A., Rahmayani, R., & Iskandar, I. (2019). Analisis Store Atmosphere Dan Lokasi Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 194-207.
- Utami, F. Z., Suryadi, A., & Widiarti, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Promosi Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Cafe Hazey. *JBES*, 2(2).
- Wardinata, G., & Alam, I. A. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Masa Pandemi Covid-19.

SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan, 1(5), 677-688.

Widyastuti, P. (2022). Shopping Anxiety And “Fear Of Missing Out”(Fomo) For Purchase Intention Of E-Commerce During Pandemic Covid-19. Jurnal Ekonomi, 11(02), 1116-1123.

- Wirasukessa, K., & Sanica, I. G. (2023). Fear Of Missing Out Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 7(1), 156-175.
- Wulandari, D. P., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada sejiwa coffee. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(1), 57-71.
- Yohandi, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 182-186.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-159.