

DAFTAR PUSTAKA

- Adlina, M. I., & Eddyono, F. (2025). Dampak Content Marketing, Storytelling, Dan Digital Disruption Terhadap Efektivitas Call-To-Action Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Traveloka. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 11(1), 960–980.
- Astuti, R. D., & Martdianty, F. (2012). *The South East Asian Journal Of Management Students' Entrepreneurial Intentions By Using Theory Of Planned Behavior : The Case In Indonesia*. 6(2), 10–30. <https://doi.org/10.21002/Seam.V6i2.1317>
- Ayu, D., Astarini, O., & Murapi, I. (2026). *Audit Dengan Desain Penelitian Explanatory Factors Influencing Audit Quality With Explanatory Research Design*. 10(1), 38–53. <https://doi.org/10.52362/Jisamar.V10i1.2177>
- Daherman, Y., & Moekahar, F. (2021). Pengaruh Metode Storytelling Terhadap Kemampuan Public Speaking Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(2), 313–328. <https://doi.org/10.38194/Jurkom.V4i2.360>
- Dipo, W., & Al, E. (2022). *Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Grup Penerbitan CV. Pradina Pustaka Grup.
- Fauzi, A., Salwa, S. A., Safitri, A., Julianti, E. A. C., & Fazriyah, S. N. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 11–17. <https://doi.org/10.56127/Jekma.V2i1.409>
- Fisanick, C., & Stakeley, R. O. (2020). *Digital Storytelling As Public History A Guidebook For Educators*. Taylor And Francis Group.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23* (8th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habib, S., & Almamy, A. (2025). Impact Of FOMO On Social Media Engagement And Impulse Buying Of Lifestyle Products: Mediation Analysis. *Journal Of Innovative Digital Transformation*, 2(2), 176–195. <https://doi.org/10.1108/Jidt-01-2025-0004>
- Ismail, D. H. F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial* (D. H. M. Astuti (Ed.)). Prenadamedia Group. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=D9b1dwaaqbaj&oi=fnd&pg=PA22&dq=Pengertian+Uji+T+Menurut+Para+Ahli&ots=Myobpnaxss&sig=RakjkFD1_K55iogzv_GZylafapy&redir_esc=Y#v=onepage&q&f=false
- Julianti3, M. L. R. A. K. A. L. (2024). *Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Agnia Collections*. 04(02).
- Karim, A., Kusmanto, & Purba, E. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Masyarakat Tanjung Medan. *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, 1(3), 85–88.
- Kaur, T., Dubey, R. K., Das, P., & Mandal, S. (2025). Navigating Digital Well-Being In Service Encounters: A Trait-Based Analysis Of FOMO, JOMO And Moderating Mechanisms. *International Journal Of Quality And Service Sciences*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edii13 (Jilid 1).
- Latif, N., Arianto, B., Sugijanto, Miradji, M. A., Estiasih, S. P., Alana, M. A., & Maulana, A. (2023). Pemanfaatan Storytelling Marketing Sebagai Alat Bantu Bisnis UMKM Di Kelurahan Taman, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 50– 55.
- Luca, L., Burlea, S. L., Chiroasca, A.-C., Marin, I. M., Ciubara, A. B., & Ciubara, A. (2020). The

- FOMO Syndrome And The Perception Of Personal Needs In Contemporary Society. *Brain. Broad Research In Artificial Intelligence And Neuroscience*, 11(1Sup1), 38–46. <https://doi.org/10.18662/Brain/11.1sup1/27>
- Mandak, T. E., Tumbel, T. M., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Dapur Sedap Om Dol Di Manado. *Productivity*, 2(3), 203–207. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/Productivity/Article/View/34553>
- Mavilinda, H. F., Putri, Y. H., & Nazaruddin, A. (2023). Is Storytelling Marketing Effective In Building Customer Engagement And Driving Purchase Decisions? *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(2), 274–296. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i2.17830>
- Mushoffa, A. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Lawang Coffee. *Jurnal Economina*, 2(8), 1979–1987. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.700>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., & Dehaan, C. R. (2013). 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>
- Romdhani, F. S., Mintardjo, C., & Samadi, R. L. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Storytelling Dan Entrepreneurial Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Dengan Metode Pembayaran Spaylater Di Desa Sea. *Neraca Manajemen, Konsumen Di Aeon DP Mall Semarang*, 9(1), 582–593
- Romdoni, M. L., Aeni, A. K., & Juliyanti, L. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Agnia Collections. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4(2), 124–135. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6>
- Sa'bani, P. S., Lestari, S. P., & Asyiah, A. K. (2024). The Effect Of Fear Of Missing Out (FOMO) And Viral Marketing On Consumer Shopee Purchasing Decisions In Generation Z In Tasikmalaya City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(2), 139–154. <https://doi.org/10.37676/jema.v1i2.542>
- Sanchez-Franco, M. J., Peral-Peral, B., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2014). Users' Intrinsic And Extrinsic Drivers To Use A Web-Based Educational Environment. *Computers & Education*, 74, 81–97. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.02.001>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior Edisi Ke-*
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik (Edisi 3)*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction (Edisi 3)*. Penerbit Andi.
- Tondang, K., & Dwita, V. (2025). The Effect Of Fear Of Missing Out (Fomo) And Viral Marketing On Impulsive Buying In Tiktok Shop On Generation Z In Padang City With Brand Passion Mediation. *Journal Of Economic, Business And Accounting*, 8.
- Utomo, J., Nursyamsi, J., & Sukarno, A. (2023). Analisis Pengaruh Produk, Promosi Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 100–116.
- Wachyuni, S. S., Namira, S., Respati, R. D., & Teviningrum, S. (2023). Fenomena Fear Out Missing Out (Fomo) Terhadap Keputusan Pembelian Restoran Viral Karen'S Diner Jakarta. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 13(1), 89–101. <https://doi.org/10.52352/jbh.v13i1.1382>
- Wahida, N., Burhanuddin, Haeruddin, M. I. W., Musa, M. I., & Aslam, A. P. (2024). Pengaruh Fear Of Missing Out Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote. *EBISMAN : E-bisnis Manajemen*, 2(1), 30–43.

- Wijayani, J. A., & Ekowati, S. (2025). Pengaruh Viral Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting Di Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 6(2), 842–862.
- Zahara, M. I., Hariyadi, G. T., Aqmala, D., & Fatmawati, E. R. (2026). *Fear Of Missing Out, Viral Marketing, Dan Sales Promotion Sebagai Determinan Keputusan Pembelian*, <https://doi.org/10.57178/Paradoks.V9i1.2177>

