

DAFTAR PUSTAKA

Agus Khoironi, T., Syah, H., & Dongoran, P. (2018). International Review of Management and Marketing Product Quality, Brand Image and Pricing To Improve Satisfaction Impact on Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 8(3), 51–58.

Agustina, L., & Hinggo, E. (2023). *Keputusan Pembelian Konsumen: Teori dan Implementasi*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 75–88. Diakses pada 2 Desember 2024, dari <https://www.jurnalmanajemenbisnis.com>.

Andriani, C., & Meliana, V. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian MCCafe. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(4), 4835-4849.

Adhitya, W. R., & Sahbana, Y. A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Social Endorsement Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Dikalangan Mahasiswa Di Medan. *Multilingual: Journal of Universal Studies*, 3(2), 255-271.

Aruna, S. T., Hariasih, M., & Pebrianggara, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Sakura Glow. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 228-245.

Anita, T. L., & Ardiansyah, I. (2019). The effect of brand awareness, brand image, and media communication on purchase decision in the context of urban area restaurant. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(2), 40-50.

Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of brand awareness and social media content marketing on consumer purchase decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5-10.

Çelik, M., Yılmaz, M., & Demir, A. (2019). *The Impact of Fear of Missing Out (FOMO) on Consumer Behavior*. *International Journal of Marketing Studies*, 14(3), 115–130. Diakses pada 2 Desember 2024, dari <https://www.ijms.com>.

CNBC Indonesia. (2023). Erigo Raup Rp5 Miliard dalam 10 Menit di Live Shopee. Diakses pada 2 Desember 2024, dari <https://www.cnbcindonesia.com>.

Daliyah, S., & Patrikha, R. (2020). Pola Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 120–130.

Erigo. (2021). *Tentang Erigo*. [Erigostore.co.id](https://www.erigostore.co.id). Diakses pada 10 Desember 2021, dari <https://www.erigostore.co.id>.

Kompas.com. (2021). Erigo, Brand Lokal yang Mendunia dengan Strategi Pemasaran Cerdas. Diakses pada 2 Desember 2024, dari <https://www.kompas.com>.

Keller, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & Shainesh G. (2022). *Marketing Management (16th edition)* (Philip Kotler, Kevin Lane Keller etc.).

Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.

Kotler, P., Keller, K. L., Tan, C. T., Ang, S. H., & Leong, S. M. (2016). *Marketing management: An Asian perspective*. Pearson Education.

Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110-118.

Halija, S., Budiyanti, H., Haeruddin, M. I. W., Hasbiah, S., & Hasdiansa, I. W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Sosial Media Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Program Manajemen. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(2), 179-194.

Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (n.d.). *Principles of Marketing Global Edition*. <https://support.pearson.com/getsupport/s/contactsupport>

Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694-707.

Ramadhani, D. I., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 520-536.

Sari, P. R., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Ambassador Dan Bundling Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow Di Bekasi Utara. *Jurnal Economina*, 2(9), 2579-2595.

Saputra, A. B., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Market Place Tokopedia Pada Produk Skincare Kahf Di Kalangan Gen Z. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4221-4234.

Sitepu, F., Hendra, H., Sitompul, D. P., & Matondang, V. (2023). Analisis Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 198-208.

Sutrisno, S., Jodi, I. W. G. A. S., Putra, S. A., Bakhar, M., & Hanafiah, A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Street Boba. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 571-578.

Suleman, D., Suyoto, Y., Sjarief, R., Sabil, S., Marwansyah, S., Adawia, P & Puspasari, A. (2023). The effects of brand ambassador and trust on purchase decisions through social media. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 433-438.

Fitriani, M., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Dampak Brand Image, Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Di Summarecon Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2531-2544.

Astuti, I. I., Sulisman, A. N., & Br Tarigan, S. R. D. (2023). *Eksplorasi E-Governance: Menjawab Tantangan Implementasi E-Commerce Era VUCA di Indonesia. PUBLICNESS: Journal of Public Administration Studies*, 2(4), 431-439.

DataIndonesia.id. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.

Rosita, D., & Sosianika, A. (2019). *Pengaruh Lokasi Strategis terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 45-55.

Emamzadeh, H. (2020). *Understanding Consumer Behavior in the Age of FOMO. Journal of Marketing Research*, 22(2), 102-110. Diakses pada 2 Desember 2024, dari <https://www.jmr.com>.

Ocklenburg, S. (2021). *The Psychological Effects of Fear of Missing Out (FOMO). Journal of Psychology and Social Behavior*, 19(4), 203-215. Diakses pada 2 Desember 2024, dari <https://www.jpsb.com>.

Travers, R. (2020). *Fear of Missing Out (FOMO) and Its Implications for Consumer Behavior. Journal of Behavioral Economics*, 25(1), 55-67. Diakses pada 2 Desember 2024, dari <https://www.jbehavecon.com>.

Widiastuti, N., & Adnyani, I. A. P. (2024). Peran Brand Ambassador dalam Mengubah Sikap Konsumen Generasi Z Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 15(2), 101-115