

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, N. (2022). Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia. Diakses pada 2 Oktober 2023. <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>.
- Anantharaman, R., Prashar, S., & Vijay, T. S. (2023). Uncovering the Role of Consumer Trust and Bandwagon Effect Influencing Purchase Intention: An Empirical Investigation in Social Commerce Platforms. *Journal of Strategic Marketing*, 31(6), 1199-1219.
- Arafah, S. N., & Wulandari, R. (2023). Konsep dan Sifat Ruang Pesantren Mahasiswa Roudhotul Jannah Berdasarkan Karakter Psikososial Santri. *Jurnal Vastukara: Jurnal Desain Interior, Budaya, dan Lingkungan Terbangun*, 3(1), 192-201.
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The influence of product knowledge, brand image, and brand love on purchase decision through word of mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4), 355-369.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Basyir, A. (2019). Pengaruh Fashion Lifestyle dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Batik Tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(3).
- Dewi, A. A. A., & Valentina, T. D. (2013). Hubungan Kelekatan Orangtua-Remaja dengan Kemandirian pada Remaja di SMKN 1 Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(1), 181-189.
- Djuna, K., & Fadillah, A. N. (2022). Pemanfaatan Fenomena The Bandwagon Effect Pada Generasi Muda Indonesia. *SANISA: Jurnal Kreativitas Mahasiswa Hukum*, 2(1), 18-23.
- Evelina, L. W., & Pebrianti, D. E. (2021). Perilaku Konsumtif Bandwagon Effect Followers Instagram Shopee pada Event Flash Sale. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(2), 99-110.
- Ferdinand, A. (2002). Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi.
- Hadi, S. (2000). *Metodologi Research III*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.

- Harly, G. S., & Octavia, D. (2014). Pengaruh Endorsement Fashion Blogger Terhadap Minat Beli Merek Lokal Pada Tahun 2013-2014 (Studi Kasus Pada Fashion Blogger Evita Nuh). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 140-151.
- Harnoto, T., & Silintowe, Y. B. R. (2018). Keputusan Pembelian Smartphone oleh Mahasiswa: Kelompok Acuan atau Gaya Hidup?. *Modus*, 30(2), 181-197.
- Hayes A. F. & Little T. D. (2018). *Introduction to mediation moderation and conditional process analysis : a regression-based approach (Second)*. Guilford Press.
- Helmy, I. (2023). Bandwagon Effect: Analisis Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Investasi Saham Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan manajemen Indonesia*, 2(01), 97-104.
- Herwin. (2014). PENERAPAN METODE PEMBELAJARAN RECIPROCAL TEACHING PADA MATA PELAJARAN IPS EKONOMI UNTUK MENINGKATKAN PRESTASI BELAJAR SISWA KELAS VII B MTsN WATAMPONE KECAMATAN TANETE RIATTANGN KABUPATEN BONE. *Jurnal Pendidikan Mipa Susunan Redaksi*, 4(2), 11.
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis tugas perkembangan mahasiswa fakultas ilmu pendidikan universitas negeri gorontalo. *Jurnal Bikotetik (Bimbingan dan Konseling: Teori dan Praktik)*, 2(1), 73-80.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105-126.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.
- Kastanakis, M. N. (2010). *Explaining variation in luxury consumption* (Doctoral dissertation, City University London).
- Kwak, S. G., & Park, S. H. (2019). Normality test in clinical research. *Journal of Rheumatic Diseases*, 26(1), 5-11.
- Latipah, E. (2014). *Metode Penelitian Psikologi*. Deepublish.

- Lestari, G. S., Sadeli, A. H., Pardian, P., & Fatimah, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Organik Komunitas, Dan Perilaku Pencarian Informasi Terhadap Minat Beli Produk Organik Di Komunitas Organik Indonesia. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(2), 1211-1222.
- Mahendrayasa, A. C., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh word of mouth terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survei pada mahasiswa pengguna kartu selular gsm “IM3” angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1).
- Meydiawati, M., Pebrianti, W., Afifah, N., & Listiana, E. (2023). Pengaruh Need For Uniqueness dan Bandwagon Effect terhadap Purchase Intention Melalui Value-Expressive Function Of Attitude Sebagai Variabel Intervening: Studi Empiris pada Hijab Buttonscarves. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1892-1903.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 15(1), 128-137.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). Analisis Data dan Pengecekan Keabsahan Data. <https://doi.org/10.31227/osf.io/3w6qs>
- Oyedele, A., & Goenner, E. (2021). Propensity to use smartbands to engage with brands and the moderating role of the bandwagon effect on satisfaction. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(3), 709-724.
- Paramita, G. V. (2010). Studi Kasus Perbedaan Karakteristik Mahasiswa di Universitas ‘X’-Indonesia dengan Universitas ‘Y’-Australia. *Humaniora*, 1(2), 629-635.
- Ramadhan, A. F., & Simanjuntak, M. (2018). Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 11(3), 243-254.
- Rangkuti, A. A. (2011). *Buku Ajar Konsep Dan Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif Bidang Psikologi dan Pendidikan*.

- Recker, A. & Saleem, B. (2014). *The Effects of Consumer Knowledge and Values on Attitudes and Purchase Intentions*. Master Thesis School of Business and Economics, Umeå University.
- Rizkiana, N., Parlyna, R., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Negara Asal dan Pengetahuan Produk terhadap Niat Beli Smartphone Merek X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(1), 174-185.
- Saputri, N. D. M., Raneo, A. P., & Muthia, F. (2023). The FoMO Phenomenon: Impact on Investment Intentions in Millennial Generation with Financial Literacy as Moderation. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2590-2597.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67.
- Setiawaty, N. A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (studi kasus mahasiswa/i universitas gunadarma, depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1).
- Shahnaz, N. B. F., & Wahyono, W. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: buying having and being global edition*. Pearson Education Limited: Pearson.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sundar, S. S., Oeldorf-Hirsch, A., & Xu, Q. (2008). The bandwagon effect of collaborative filtering technology. In *CHI'08 extended abstracts on Human factors in computing systems*, 3453-3458.
- Supardi. (2016). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, (17), 100–108.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

Syuhada, M., & Heriyanto, M. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Minat Beli (Studi Pada Produk Smartphone Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(1), 1-10.

Valentine, E., & Sunaryo, S. E. (2016). Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli melalui Sikap Pada Produk Kerajinan Keramik Dinoyo-Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).

Wardani, A. S. (2022). *IDC: 44 Juta Smartphone Bakal Dijual di Indonesia Tahun 2022*. Dipetik April, 20, 2023, dari Liputan 6: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4918567/idc-44-juta-smartphone-bakal-dijual-di-indonesia-tahun-2022>.

