

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, N.F.A., and Darma, G.S. (2019). Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage, *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4 (1): 743-747.
- Akbar, R. S., Aulya, A., Apsari, A., & Sofia, L. (2018). Ketakutan akan Kehilangan Momen (FoMO) Pada Remaja Kota Samarinda. *Jurnal Psikologi*, 38-47.
- Amalia Faron, B., & Hastuti, D. (2024). Online Gaming Behavior Among Junior High School Students: the Role of Parental Control, Fear of Missing Out (Fomo), and Self-Control. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 17(1), 65–76. <https://doi.org/10.24156/jikk.2024.17.1.65>
- Anggara, E. P., Rustiyanti, S., & Mayang, A. A. (2023). Komodifikasi Budaya Minum Kopi Di Kedai Sang Pejoang Lembang Commodification In The Culture Of Drinking Coffee At The Sang Pejoang Lembang Coffeeshop. *Jurnal Budaya Atnika*, 55–66.
- Az. Nasution. 2015. *Konsumen dan Hukum*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Azzahra, M., Abdurahman, A. I., & Alamsyah, A. (2023). Fenomena Ngopi di Coffee Shop Pada Gen Z. *Social Science Academic*, 1(2), 493-506.
- Cahyadi, A. (2021). GAMBARAN FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA GENERASI Z DI KALANGAN MAHASISWA. *Widya*
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication research*, 3(1), 3-21.
- Chotimah, T. H., & Parantika, A. (2022). Analisis Perilaku Pelanggan Generasi Y dan Z Dalam Memilih *Coffee Shop* Brand Lokal. *Media Bina Ilmiah*, 17(5), 975-982.
- Classen, B., Wood, J. K., & Davies, P. (2020). Social network sites, fear of missing out, and psychosocial correlates. *Cyberpsychology*, 14(3), 1–20. <https://doi.org/10.5817/CP2020-3-4>
- Dhaehasti Agustina Saputri, Novia Budi Lestari, & Rolika Firinanda. (2023). Representasi Image Anak Muda Dalam Budaya Ngopi. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 122–135. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i2.162>
- Diener, E., Oishi & Lucas, (2015). National Accounts of Subjective Well-Being. *American Psychologist*, 70, (3), 234–242.
- Ebis, S. (2016, November 9). Selalu Mengikuti Trend Tidak Selalu Bagus untuk

Reputasi Bisnismu. Retrieved from Smart Bisnis: <https://www.smartbisnis.co.id/content/read/belajar-bisnis/implementasibisnis/selalu-mengikuti-trend-tidak-selalu-bagus-untuk-reputasi-bisnismu>

Farhan Nur Huda. (2024). Eksistensi Budaya Minum Kopi Pada Generasi Millennial. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7, 3958–3958.

Hariadi, A. F. (2018). Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada remaja. Skripsi. Fakultas Psikologi dan Kesehatan: Universitas Islam Negeri Sunan Am-pel.

Haristianti, V. (2021). Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Studi Kasus: Kafe dan Coffee Shop di Kawasan L.R.E Martadinata, Bandung. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 4(2), 196–209. <https://doi.org/10.17509/jaz.v4i2.31609>

Haryanto, A., Maulana, I., Latief, M., & Nuansaandjie, M. A. (2023). TREND COFFEE SHOP DI DEPOK DAN STRATEGI DALAM BERTAHAN DI TENGAH BANYAKNYA COFFEE SHOP DI DEPOK. *OKTAL: Jurnal Ilmu Komputer dan Sains*, 2(06), 1616-1620.

Herlyana, E. (2012). Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda. *THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam*, 13(1), 188-204

Hurlock, E.B. 1980. Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan edisi kelima. Jakarta: PT Erlangga *Ilmu Komputer dan Sains*, 2(06), 1616-1620.

Irawan, D., Fauji, D. A. S., DEVIANA, L., & Al-Aradatin, S. A. (2020, September). Kontruksi Budaya Ngopi Bagi Generasi Millennial Di Kota Kediri. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi* (Vol. 5, No. 1). Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Jahja, Y. (2011). *Psikologi perkembangan*. Kencana.

JWTIntelligence.(2012, 3 Maret). Fear of missing out (FoMO). [http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F\\_JWT\\_FOMO-update\\_3.21.12.pdf](http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMO-update_3.21.12.pdf). Kediri) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).

Lambert, M. (2014, May 28). What is the definition of "market trend"? Retrieved from Quora: <https://www.quora.com/What-is-the-definition-of-market-trend>

Limandono, J. A. D. D. (2018). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media

Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.

Lury Celia. 2018. *Budaya Konsumen*. Penerjemah: Hasti T. Champion. Jakarta: Penerbit Yayasan Obor Indonesia

Maryati, 2010, *Statistika Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Revisi Cetakan Kedua (UPP) AMPYKPN, Yogyakarta

Mulyadi, A., & Zuhri, S. (2020). Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi “MOENG KOPI” Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 109–124. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.109-124>

Moleong, lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nurikhsan, F. (2019). Fenomena coffe shop di kalangan konsumen remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137-144.

Nurul, M. (2024). EFEK JANGKA PANJANG PADA PENGKONSUMSI SUPLEMEN DIET YANG BEREDAR AKIBAT RASA FOMO (FEAR OF MISSING OUT) REMAJA. *British Medical Journal*, 2(5474), 1333–1336.

Przybylski, A., Murayama, K., DeHaan, C., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013>.

Roziq, M. A. F., Romadhon, S., & Gunaningrat, R. (2024). Pandangan Gen Z Terhadap Live Music Yang Menambah Minat Konsumen Coffee Shop Di Kota Solo. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 137–147.

Senjaya Vicky, A. N. (2021). PENGARUH GAYA HIDUP DAN TREND FASHION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK FASHION PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM . *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai* , 125-131

Septiawan, B., & Masrunik, E. (2020). Motivation of Generation Z at Work, *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7 (2): 74–82. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i2.9044>

Sudarto, *Peluang Usaha IKM kopo*, (Jakarta: Kemetrian Perindustrian, 2017) h. 15

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Tunc-Aksan, A., & Akbay, S. E. (2019). Smartphone addiction, fear of missing out, and perceived competence as predictors of social media

addiction of adolescents. *European Journal of Educational Research*, 8(2), 559–566. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.8.2.559>

Undang-Undang No.40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan, diakses melalui situs <https://peraturan.go.id/files/uu40-2009.pdf>

Wahyuni, A. I., Nurbayani, S., & Sartika, R. (2022). Detox Sosial Media Sebagai Upaya Mengatasi Social Media Addiction dan Fomo (Fear Of Missing Out). *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian Dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 1(3), 92. <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v1i3.38009>

Wahyuni, N.W.S., and Darma, G.S. (2019). Mobile Advertising, Product Social Value dan Purchase Intention pada Instagram, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16 (4): 87-101.

Yildiz Durak,H., & Seferoğlu, S. S. (2020). Antecedents of Social Media Usage Status: Examination of Predictiveness of Digital Literacy, Academic Performance, and Fear of Missing Out Variables. *Social Science Quarterly*, 101(3), 1056–1074. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12790>

