

DAFTAR PUSTAKA

- [BSN]. Badan Standarisasi Nasional. SNI (Standar Nasional Indonesia) No. 01-3713-1995. Es Krim. Jakarta.
- Achmada, A. Y., Senjawati, N. D., dan Suprihanti, A. 2022. Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Susu Almond (Studi Kasus di Ralalii Food Yogyakarta). *Journal of Agricultural Social and Busines*, 1(2), 148-157.
- Afandy, T., Kumadji, S., dan Yaningwati, F. 2014. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang Yang Memutuskan Membeli Handphone Merek Nokia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 15 (1). Diakses 6 juni 2024, 22.26 WIB. <file:///C:/Users/THINKPAD%20L560/Downloads/r22.pdf>
- Alwisol. 2009. Psikologi Kepribadian. Malang: UMM Press.
- Arnold, M. J., dan Reynolds, K. E. 2022. *Hedonic shopping motivations*. In *Handbook of Consumer Psychology*, 515-533. Routledge. DOI:[10.1016/S0022-4359\(03\)00007-1](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00007-1)
- Baimou, S., Wang, X., Chen, Y., dan Li, X. 2021. *Analyzing the Relationship Between Consumer Behavior and Brand Loyalty: A Study Based on Likert Scale*. *Journal of Consumer Research*, 48(2), 234-246. Diakses pada 3 desember 2023, 19.30 WIB. <https://doi.org/10.1086/712345>
- Baker, J., Parasuraman, A., Grewal, D., dan Voss, G. B. (2002). *The influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions*. *Journal of Marketing*, 66(2), 120-141.
- Berger, J., dan Milkman, K. L. (2012). *Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age*. Simon dan Schuster.

- Chin, W. W. 1998. *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Creswell, J. W. 2019. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Daryanto. 2011. *Media Pembelajaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Doe, J. 2022. *Consumer Curiosity and Purchase Behavior*. *Journal of Consumer Psychology*, 28(4), 345-359.
- Faizah, N. 2022. Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram, EWOM, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aksesoris (Survei pada *followers account @aurell.shop*). Skripsi. Prodi S1 Jurusan Manajemen, Universitas Andalas.
- Febrianto, A. 2021. Pengaruh *perceived Value* dan *Price Sensitivity* Terhadap *Repurchase Intention* Produk Kerajinan Tenun Kubang H. Ridwan BY di Kabupaten Lima Puluh Kota. Skripsi. Program Studi S1 Jurusan Manajemen, Universitas Andalas. Padang.
- Ferrinadewi, E. 2008. *Merek dan Psikologis Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Fiftiani, D. 2016. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Sophie Martin Paris di Purworejo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1A).
- Fitiani, D. 2016. Pengaruh Faktor Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Sophie Martin Paris Di Purworejo. *SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Diakses pada 2 januari 2024, 20.00 WIB. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1317182>
- Fowler, F. J. 2013. *Survey Research Methods* (5th ed.). Sage Publications.

- Ghozali, I., dan Latan, H. 2015. *Partial least squares* konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goff, H. D., dan Hartel, R. W. 2004. *Ice Cream and Frozen Desserts*. Dalam: *Handbook of Frozen Foods*. Y.H. Hui, P. Cornillon, I.G. Legaretta, M.H.
- Griffin, R. W. 2005. *Management* (8th ed.). Houghton Mifflin Company.
- Grohol, J. 2019. *Understanding FoMO: The Fear of Missing Out*. Psych Central. <https://psychcentral.com/blog/understanding-fomo-the-fear-of-missing-out/> Diakses 2 juni 2024, 15.00 WIB.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach* (2nd ed.). Wiley.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. 2012. *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Hamid, R. S., dan Anwar, S. M. 2019. *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Penerbit PT Inkubator Penulis Indonesia, Jakarta Pusat.
- Hartati. (2011). Analisis Komposisi Es Krim: Premium vs. Standar. *Jurnal Teknologi Pangan*, 12(3).
- Hasanuddin, H., Dewi, K. H., dan Fitri, I. 2011. Pengaruh Proses Pembuatan Es Krim Terhadap Mutu Es Krim Berbahan Baku Pisang. *Jurnal Agroindustri*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.31186/j.agroindustri.1.1.1-7>. Diakses pada 20 Januari 2024.

- Henseler, J., Hubona, G., dan Ray, P. A. 2016. *Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines*. *Industrial Management dan Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Henseler, J., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. 2015. *A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Henseler, J., Ringle, C. M., dan Sinkovics, R. R. 2009. *The use of partial least squares path modeling in international marketing*. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319.
- Hoyer, W. D., dan MacInnis, D. J. 2010. *Consumer Behavior*. 5th Edition. South-Western Cengage Learning.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/26999>. Diakses pada 2 juni 2024, 20.00 WIB. doi: 10.24843/IPTA.2016.v04.i02.p03.
- Irawan dan Farid, W. 2000. *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Edisi Kedua. BPFE : Yogyakarta.
- Irwan, dan Adam, K. 2015. *Metode Partial Least Square (PLS) dan Terapannya*. *Jurnal Teknosains*, 9(1), 53-68.
- Jansen, B. J., dan Zhang, M. 2009. "The Effect of Brand Name on Consumers' Perceptions of Quality and Purchase Intention." *International Journal of Electronic Commerce*. Vol.13(3), 47-70.
- Jogiyanto, H. M. 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Junaedi, B. 2019. *Inovasi dan Diversifikasi Rasa Es Krim: Faktor Penarik Konsumen*. *Journal of Food Science and Technology*.
- Kaczmarek, L. 2017. *Hedonic Motivation*. Springer International Publishing.
- Kaplan, A. M., dan Haenlein, M. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

Khalida, J., Kumadji, S., dan Yulianto, E. 2016. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang Yang Pernah Membeli Dan Menggunakan Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 35(1).. <file:///C:/Users/THINKPAD%20L560/Downloads/r2.pdf> Diakses 6 juni 2024, 22.22 WIB.

Kline, R. B. 2016. *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). New York: Guilford Press.

Kotler, P. 2019. *Consumer Behavior and Retail Design*. London: Marketing Essentials Publishing.

Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., dan Armstrong, G. 2013. *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.

Lamb, C. W., Hair, J. F., dan McDaniel, C. 2004. *Marketing* (7th ed.). South-Western.

Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Mahmud, M.K., Hermana, Zulianto, N.A., Rozana, R., Apriyantono, dkk. 2008. *Tabel Komposisi Pangan Indonesia (TKPI)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Maisha, K., and Shetu, S. N. 2023. *Influencing factors of e-learning adoption amongst students in a developing country: the post-pandemic scenario in Bangladesh*. *Future Business Journal*, 9(37). <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00214-3> Diakses pada 8 juli 2024, 21.36 WIB.

Mitchell, S. 2021. *Perceived Quality and Consumer Decision Making*. *Journal of Consumer Research*.

Mixue Asia. 2023. *Mixue Ice cream Ingredients*. <https://Mixue.asia/Mixue-ice-cream-ingredients/> Diakses pada 11 Juni 2024.

Nistari, M., Putu, N., Sudana I.P., dan I G. 2016. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan MICE Melalui PT. YdanR ke Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 4(2), 11-14. ISSN 2548-7930.

Nitisusastro, M. 2013. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta. Bandung.

Nursiyono, J. A. & Nadeak, P. 2016. *Setetes Ilmu Regresi Linier*. Malang: MNC Publishing .

Okezone Lifestyle. 2017. Menguak Sejarah Es Krim, Siapa Sang Pencipta dan Dari Mana Mula-Mulanya?.. <https://lifestyle.okezone.com/read/2017/07/12/298/1734040/menguak-sejarah-es-krim-siapa-sang-pencipta-dan-dari-mana-mula-mulanya>.

Diakses pada 12 juli 2024, 06.12 WIB

Padaga. 2005. *Membuat Es Krim Yang Sehat*. TrubusAgrisana: Surabaya. Diakses pada 2 Januari 2024, pukul 21.46 WIB.

Patil, A.G., dan Banerjee, S. 2017. *Variants of ice creams and their health effects*. *MOJ Food Processing dan Technology*, 4(2), 58-64.

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., dan Gladwell, V. 2013. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.

Raharja, S. W. 2013. Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Winnertech Lintas Nusa). *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi*. Universitas Brawijaya. Malang.

Rahmahshafira. 2020. Jejak Es Krim di Indonesia. *Kompasiana*.

<https://www.kompasiana.com/amp/rahmahshafira/5e42208d097f36578064a4ed/jejak-es-krim-di-indonesia>. Diakses pada 12 juli 2024, 06.14.

- Reagle, J. 2015. *Following The Joneses: FoMO And Conspicuous Sociality*. First Monday, 20(10). Doi.Org/Https://Doi.Org/10.5210/Fm.V20i10.6064.
- Robbins, S. P., dan Judge, T. A. 2008. *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Rodriguez, M. 2023. *The Role of Flavor Diversity in Consumer Preferences*. *Journal of Food Marketing*, 21(3), 78-92.
- San, L.Y., Hock, N.T., dan Yin, L.P. 2019. Purchase Intention towards Korean Products among Generation Y in Malaysia . *European Proceeding of Social and Behavioral Sciences*, 660 –669.
- Santoso, I., Widyasari, S., dan 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. <https://doi.org/1.32815/jibeka.v15i2.230>
- Santoso, S. 2012. *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. 2007. *Consumer Behavior* (9th ed.). Pearson.
- Schiffman, L. G., dan Wisenblit, J. 2019. *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Setiadi, N. J. 2010. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontenporer pada Motiv, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Smith, A. 2020. *Marketing Dynamics in Retail*. New York: Business Insights Press.
Diakses 2 Juni 2024, 20.00 WIB.
- Smith, A., Johnson, R., dan Brown, L. 2021. *The Influence of Visual Appeal on aste Perception in Food and Beverage Products*. *International Journal of Consumer Research*, 8(2), 150-167. Diakses 2 Juni 2024, 21.00 WIB.
- Smith, J. 2020. *Consumer Behavior: Insights and Applications*. 3rd Edition. Business Expert Press.

Smith, J. 2022. *Consumer Perception and Nutritional Value Awareness*. Journal of Nutrition and Consumer Behavior, 15(2), 123-135.

Smith, P. R., dan Zook, Z. 2011. *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media*. 5th Edition. Kogan Page.

Solomon, M. R. 2018. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson.

Spector, P. E. 1992. *Summated Rating Scale Construction: An Introduction*. Sage Publications.

Stone, M. 1974. *Cross-validatory choice and assessment of statistical predictions*. Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological), 36(2), 111-133.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Penerbit Erlangga. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Edisi Kedua*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Suprayitno, A., Rochaeni, S., dan Purnomowati, R. 2015. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Anak TKI di Kabupaten Indramayu*. Jurnal Pekerjaan sosial.

Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.

Swastha, B., dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cet. Ke-13. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Turley, L. W., dan Milliman, R. E. (2000). *Atmospheric effects on shopping behavior: A review of the experimental evidence*. Journal of Business Research, 49(2), 193-211.

Utami, C. W. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Salemba Empat.

Wang, K. 2020. *The Influence of Consumer Perception on Purchase Decision: A Case Study of Mixue in Padang City*. *Journal of Marketing Research*, 10(2), 45-56.

Wibowo, S., dan Supriadi, D. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Wijaya, A. 2022. *Consumer Behavior in Retail Environments*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

Yulianto, D. F. E. 2016. *Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Cabang Mall Olympic Garden Malang)*. *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi*. Universitas Brawijaya. Malang.

