

DAFTAR PUSTAKA

- Alfina, A. (2025, April 25). *Budaya Konsumtif di Balik Viralnya Labubu*. Diambil kembali dari unair.ac.id: <https://unair.ac.id/budaya-konsumtif-di-balik-viralnya-labubu/>
- Annur, C. M. (2023, Oktober 5). *10 Kategori Video yang Paling Dicari Pengguna TikTok Indonesia, Ada Favoritmu?* Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/c0e72649af12d4f/10-kategori-video-yang-paling-dicari-pengguna-tiktok-indonesia-ada-favoritmu>
- Anto, D. P., Nur, N., Dr. Yusriani, Ardah, F. K., Ayu, J. D., Nurmahdi, D., . . . Putra, M. P. (2024). *METODE PENELITIAN KUALITATIF: TEORI DAN PENERAPANNYA*. Kendari: CV TAHTA MEDIA GROUP.
- Azzahra, M., Abdurahman, A. I., & Alamsyah. (2023). Fenomena Ngopi di Coffee Shop Pada Gen Z. *Social Science Academic Volume 1 Number 2*, 493-506.
- Bandhu, D., Mohan, M. M., Nittala, N. P., Jadhav, P., Bhadauria, A., & Saxena, K. K. (2024). Theories of motivation: A comprehensive analysis of human behavior drivers. *Acta Psychologica*.
- Deborah, I., Oesman, Y. M., & Yudha, R. B. (2022). Media sosial dan perilaku pembelian impulsif: Peran motivasi belanja hedonis dan orientasi belanja hedonis dan orientasi belanja. *JMM (Jurnal Manajemen Maranatha) Volume 22, Nomor 1*, 65-82.
- Edwin, A. (2025). *Matcha Mania: From Ancient Zen to Gen Z Obsession*. Diambil kembali dari uasks.com: <https://www.usasks.com/science/matcha-mania-from-ancient-zen-to-gen-z-obsession/>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH) Vol.1, No.2*, 85-114.
- Iba, D. Z., & Wardhana, A. (2023). Metode Penelitian. Dalam D. Z. Iba, & A. Wardhana, *Teknik Pengumpulan Data* (hal. 241-536). Kab. Purbalingga: CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- II, A. R., Forehand, M. R., Puntoni, S., & Warlop, L. (2012). Identity-based consumer behavior. *Intern. J. of Research in Marketing*, 310-321.
- LaFleur, G. (2025, Agustus 1). *Definition TikTok*. Diambil kembali dari techtarget.com: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/TikTok>
- Liu, Z., Gantulga, U., Yadamsuren, O., & Ganbold, M. (2025). Consumers' Hedonic, Utilitarian, and Social Values in Smartwatch Purchase Decisions:

- The Moderating Role of Switching Costs. *JURNAL ILMIAH PEURADEUN: The Indonesian Journal of the Social Sciences* Vol. 13, No. 1, 493-518.
- Maria, V., & Nabila, V. N. (2025). FOMO (Fear of Missing Out) di Kalangan Gen-Z: Jasa Titip Dubai Chocolate sebagai Peluang Baru bagi UMKM Indonesia Studi Kasus Sosial Media. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Volume. 3 Nomor. 3 Juni 2025*, 121-127.
- Molo, V. J. (2024, September 19). *Apa Itu Boneka Labubu dan Kenapa Bisa Viral?* Diambil kembali dari detik.com: <https://www.detik.com/bali/bisnis/d-7547357/apa-itu-boneka-labubu-dan-kenapa-bisa-viral>
- Nasir, A., Nurjana, Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2025). Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 3 Nomor 5*, 4445-4451.
- Nisa, A. A., Mardani, D., Panjaitan, G. R., Sihotang, I. P., Ajjarah, K., & Dalimunthe, S. F. (2025). KANDUNGAN MATCHA DALAM TREN GIZI DAN GAYA HIDUP SEHAT GENERASI Z DI ERA DIGITAL: LITERATUR REVIEW. *JK: Jurnal Kesehatan* Vol. 3 No. 7, 220-225.
- NP Foods. (2025, Agustus 28). *Demam Matcha! Tren Viral Jakarta yang Jadi Peluang Emas Bisnis Snack dan F&B*. Diambil kembali dari np-idn.com: <https://www.np-idn.com/post/demam-matcha-tren-viral-jakarta-yang-jadi-peluang-emas-bisnis-snack-dan-f-b>
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 826-833.
- Purnama, B. E. (2025, Februari 12). *Gen Z Nilai TikTok Sebagai Media Sosial Paling Informatif*. Diambil kembali dari mediaindonesia.com: <https://mediaindonesia.com/teknologi/743021/gen-z-nilai-tiktok-sebagai-media-sosial-paling-informatif>
- Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration* Vol. 1, No.2, 77-84.
- Rackha, A. (2025, Mei 3). *Bagaimana mengidam melahirkan tren kuliner? – Kisah sukses coklat Dubai*. Diambil kembali dari bbc.com: <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c9djw12glw3o>
- Radar Jember. (2025, Maret 5). *Tren Minuman Boba yang Mulai Ditinggalkan, Apakah Era Kejayaannya Sudah Berakhir?* Diambil kembali dari

radarjember.jawapos.com:

<https://radarjember.jawapos.com/kesehatan/795724332/tren-minuman-boba-yang-mulai-ditinggalkan-apakah-era-kejayaannya-sudah-berakhir>

- Ryan, R. M., & Edward L. Deci. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist Vol. 55 No. 1*, 68-78.
- Sabila, K., & Tawaqal, R. S. (2025). The Phenomenon of FoMO (Fear of Missing Out) Culture on Tiktok Social Media among Gen Z. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 110-129.
- Siddique, S., & Rajput, A. (2022). Self-expressiveness and hedonic brand affect brand love through brand jealousy. *Future Business Journal*, 1-13.
- Solaiman, S., & Pangaribuan, C. H. (2024). The Influence of Hedonic Motivation and Influencer Marketing on Purchasing Decisions with FOMO (Fear of Missing Out) as A Mediating Variable (Empirical Study: Cupika Online Store Customers). *IJEC (International Journal of Economics) Vol. 3 Issue 2*, 906-918.
- Syihab, A., & Rani, D. (2023). Exploring the Role of Fear of Missing Out and Attention-Seeking Behavior in Problematic Social Media Use among Adolescent Instagram Users. *Psikologika Volume 28 Nomor 1*, 15-28.
- Tresna, I. C., Usman, I., Siswono, T., & Rachmah, N. (2025). Fear of Missing Out (FOMO) in Consumer Behaviour: A Systematic Literature Review on Antecedents, Consequences, and Moderating Factors. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 626-639.
- We Are Social & Meltwater. (2025, Februari 25). *Digital 2025: Indonesia*. Diambil kembali dari dataportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 33-32.
- Yang, S. (2025, Juli 16). *Matcha's 'unprecedented' TikTok-fuelled popularity brews a global shortage*. Diambil kembali dari abc.net.au: <https://www.abc.net.au/news/2025-07-16/soaring-matcha-demand-triggers-global-shortages-record-prices/105519474>