

**PENGARUH *FOMO* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TIKET BUS WISATA DI *OPEN TOP
TOUR OF JAKARTA***

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program
Diploma IV pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Pariwisata
NHI Bandung



Disusun oleh :

SAFITRI WULANDARI

2021305019

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA

JURUSAN PERJALANAN

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

PENGARUH *FOMO* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET

BUS WISATA DI OPEN TOP TOUR OF JAKARTA

NAMA : SAFITRI WULANDARI

NIM : 2021305019

JURUSAN : PERJALANAN

PROGRAM STUDI : USAHA PERJALANAN WISATA

Pembimbing Utama,



Dr. Mohamad Robbith Subandi, S.ST.Par., M.Sc.
NIP. 19820918 201101 1 002

Pembimbing Pendamping,



Misran, Lc., M.A., M.Sc.
NIP. 19791224 200902 1 001

Bandung, 20 Juni 2025

Mengetahui

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.

NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR
"PENGARUH FOMO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
BUS WISATA DI OPEN TOP TOUR OF JAKARTA"

NAMA : SAFITRI WULANDARI
NIM : 2021305019
PROGRAM STUDI : USAHA PERJALANAN WISATA

Pembimbing Utama



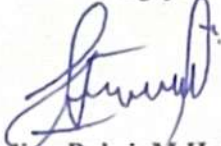
Dr. Mohamad Robbith Subandi, S.ST.Par., M.Sc.
NIP. 19820918 201101 1 002

Pembimbing Pendamping



Misran, Lc., M.A., M.Sc.
NIP. 19791224 200901 1 001

Penguji I



Faisal Fahdian Puksi, M.Hum., M.Sc., CHE.
NIP. 198504192009121002

Penguji II,



R. Anggi P Supriadi, Mm.Par.
NIP. 19860201 202421 1 002

Bandung, 5 Agustus 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan
Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE.
NIP. 19750415 200212 1 001

MOTTO

“Seseorang itu tidaklah menjadi sosok yang bijaksana hingga ia memadukan ilmu dan amal”

(Ibnu Qutaibah)

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur tercurah ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, kasih, dan kekuatan-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah hingga karya ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih yang tulus kupersembahkan kepada Allah SWT sebagai sumber ketenangan dan harapan dalam setiap proses perjuangan ini.

Karya ini kupersembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Almarhum Bapak Hana Suryana dan Ibu Nani Sumarni. Terima kasih atas cinta, doa, pengorbanan, serta nilai-nilai kehidupan yang telah Bapak ajarkan dan Mamah tanamkan. Sosok Bapak akan selalu menjadi teladan dalam semangat dan keteguhan, sementara Mamah menjadi sumber kekuatan dan kasih yang tiada habisnya.

Rasa terima kasih juga kuucapkan kepada kakak-kakak dan adikku tercinta, yang selalu memberikan dukungan, perhatian, dan kebersamaan yang menguatkan dalam setiap langkah perjuangan.

Kepada sahabat-sahabat terbaik, yang telah menemani dalam suka dan duka, menjadi tempat berbagi cerita dan semangat, terima kasih atas kebersamaan yang penuh makna.

Ucapan terima kasih terakhir kupersembahkan kepada diriku sendiri, atas keberanian untuk bertahan, kesabaran dalam menghadapi tantangan, dan keyakinan untuk terus melangkah meski dalam keterbatasan.

Semoga karya ini menjadi awal dari kontribusi yang lebih luas dan bermakna di masa mendatang.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Safitri Wulandari
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 15 April 2003
NIM : 2021305019
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul: **“PENGARUH FOMO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET BUS WISATA DI OPEN TOP TOUR OF JAKARTA”** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 20 Juni 2025



Safitri Wulandari
NIM: 2021305019

ABSTRAK

Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) merupakan kondisi psikologis yang ditandai dengan kekhawatiran seseorang akan tertinggal dari pengalaman menarik yang dialami orang lain. Dalam dunia pariwisata, *FoMO* menjadi semakin relevan seiring berkembangnya media sosial yang memperlihatkan tren wisata terkini secara masif. Salah satu layanan wisata yang memanfaatkan kekuatan promosi digital adalah *Open Top Tour of Jakarta*, sebuah bus wisata beratap terbuka yang menawarkan pengalaman visual dan eksklusif menjelajahi kota Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *FoMO* terhadap keputusan pembelian tiket bus wisata *Open Top Tour of Jakarta*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara variabel *FoMO* (X) dan keputusan pembelian (Y). Data diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada 132 responden yang pernah dan sedang menggunakan layanan ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *FoMO* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,202 atau 20,2%. Angka ini menunjukkan bahwa hanya 20,2% dari variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh *FoMO*. Hasil yang relatif rendah ini disebabkan karena keputusan pembelian wisata tidak hanya dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti *FoMO*, tetapi juga oleh berbagai faktor lain seperti harga tiket, kualitas layanan, kemudahan akses, promosi, rekomendasi dari orang terdekat, preferensi pribadi, serta kondisi sosial dan ekonomi wisatawan. Oleh karena itu, meskipun *FoMO* memberikan kontribusi penting, pengaruhnya tidak dominan dalam keseluruhan proses pengambilan keputusan wisatawan. Temuan ini memberikan masukan strategis bagi pelaku industri pariwisata untuk tetap mengintegrasikan aspek psikologi digital dalam promosi, namun juga memperkuat faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian secara lebih menyeluruh.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out (FoMO)*, Keputusan Pembelian, Media Sosial, *City Tour*, *Open Top Tour of Jakarta*.

ABSTRACT

The phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO) is a psychological condition characterized by an individual's anxiety about being left out of exciting experiences enjoyed by others. In the tourism sector, FoMO has become increasingly relevant along with the rapid growth of social media, which massively showcases current travel trends. One of the tourism services that utilizes the power of digital promotion is the Open Top Tour of Jakarta, an open-roof sightseeing bus offering a visually rich and exclusive experience of exploring Jakarta city. This study aims to determine the influence of FoMO on the purchase decision of Open Top Tour of Jakarta tickets. A quantitative approach was applied using simple linear regression analysis to examine the relationship between the FoMO variable (X) and the purchase decision (Y). Data were obtained from questionnaires distributed to 132 respondents who had used or were currently using the service. The results show that FoMO has a significant influence on purchasing decisions, with a coefficient of determination (R^2) of 0.202 or 20.2%. This figure indicates that only 20.2% of the variation in purchase decisions can be explained by FoMO. The relatively low result is due to the fact that travel purchasing decisions are not only influenced by psychological factors such as FoMO but also by various other factors such as ticket prices, service quality, accessibility, promotions, recommendations from close relations, personal preferences, as well as the social and economic conditions of the travelers. Therefore, although FoMO contributes significantly, it does not play a dominant role in the overall decision-making process of tourists. These findings provide strategic input for tourism industry stakeholders to continue integrating digital psychological aspects into promotional strategies, while also strengthening other factors that more comprehensively influence purchasing decisions.

Keywords: *Fear of Missing Out (FoMO), Purchase Decision, Social Media, City Tour, Open Top Tour of Jakarta.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang tiada henti, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul “Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Wisata di *Open Top Tour of Jakarta*”. Karya tulis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Diploma IV pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam proses penyusunan Proyek Akhir ini, penulis telah menerima banyak dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Anwari Masatip, S.Sos., MM.Par., CEE, selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ini Gusti Made Kerti Utami, B.A., MM.Par., CHE. selaku Ketua Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama.
3. Bapak Marsianus Raga, MM.Par., selaku Ketua Jurusan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Faisal Fahdian Puksi, M.Hum., M.Sc., CHE., selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.
5. Bapak Dr. Mohamad Robbith Subandi, S.ST.Par., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing I, atas bimbingan, masukan, dan waktu yang telah beliau luangkan dengan sabar selama proses penyusunan berlangsung.
6. Bapak Misran, Lc., M.A., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II, atas arahan dan wawasan yang sangat membantu dalam mengembangkan penelitian ini.
7. Pihak PT Transportasi Jakarta beserta seluruh tim *Open Top Tour of Jakarta*, yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan memberikan banyak bantuan selama proses pengumpulan data.

8. Keluarga tercinta, khususnya kepada almarhum Bapak Hana Suryana yang telah menjadi teladan dalam keteguhan dan semangat dalam menjalani hidup selama hidupnya, serta Ibu Nani Sumarni yang senantiasa memberikan doa, cinta, dan dukungan tiada henti.
9. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada kakak-kakak dan adik tercinta. A Ogi, A Oga, Teh Vera, dan Ndel yang telah menjadi tempat berbagi, penyemangat, serta pendamping setia dalam setiap proses perjuangan penulis hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
10. Sahabat-sahabat saya yang selalu menemani, memberikan semangat, serta menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis.
11. Teman seperjuangan Leicesterians, terima kasih atas pengalaman, pertemanan, dan proses belajar yang telah menjadi bagian tak terlupakan dalam perjalanan studi empat tahun ini.
12. Dan semua pihak yang turut memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan Proyek Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan sangat berarti demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga Proyek Akhir ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi pengembangan ilmu di bidang pariwisata.

Bandung, 20 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Keterbatasan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Kajian Teori.....	12
B. Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan Penelitian	27
B. Objek Penelitian	28
C. Populasi dan Sampling.....	29
D. Metode Pengumpulan Data.....	31
E. Definisi Operasional Variabel	34
F. Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Penelitian	48
B. Pembahasan.....	71
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	84

A. Simpulan	84
B. Rekomendasi	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Wisatawan Setiap Bulan	7
2. Skala Likert	33
3. Matrik Operasional Variabel	36
4. Hasil Uji Validitas.....	41
5. Hasil Uji Reliabilitas	43
6. Jadwal Penelitian	47
7. Dimensi Variabel <i>Fear Of Missing Out (Fomo)</i>	53
8. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Fear Of Missing Out (<i>Fomo</i>)	58
9. Dimensi Variabel Keputusan Pembelian.....	60
10. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	26
2. Jenis Kelamin Responden	48
3. Usia Responden	49
4. Pekerjaan Responden	49
5. Domisili Responden.....	50
6. Banyaknya Pengguna Layanan	51
7. Partner Melakukan Perjalanan	52
8. Sumber Informasi Open Top Tour Of Jakarta.....	52
9. Garis Kontinum Setiap Instrumen Variabel Fomo.....	56
10. Garis Kontinum Variabel Fomo	59
11. Garis Kontinum Setiap Instrumen Variabel Keputusan Pembelian..	62
12. Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian	65
13. Uji Normalitas	65
14. Uji Multikontinearitas	66
15. Uji Heteroskedastisitas	67
16. Hasil Uji T	67
17. Hasil Uji F	68
18. Koefisien Determinasi.....	69
19. Hasil Regresi Linear Sederhana	70
20. Cover Digital Buku Pedoman	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Izin Lokus Penelitian.....	93
2. Surat Pernyataan Telah Melakukan Penelitian	94
3. Kuesioner	95
4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	99
5. T Tabel.....	101
6. F Tabel	102
7. Hasil Turnitin.....	103
8. Bimbingan Proyek Akhir.....	104
9. Dokumentasi	105
10. Biodata Penulis	106

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). *Social media and the Fear of Missing Out: Scale development and assessment*. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44.
- Allen, A. N. (2021). *An Initial Investigation of the Efficacy of the Resilience Education Program (REP)*.
- Ary, D., Jacobs, L. C., Irvine, C. K. S., & Walker, D. (2018). *Introduction to Research in Education* (10th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Az-Zahra, K. N., & Faiz, M. A. (2024). *Pengaruh Marketing 5.0 dan FoMO (Fear of Missing Out) terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Kalangan Gen Z: Studi pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung*.
- Buhalis, D. (2020). *Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article*. *Tourism Review*, 75(1), 267–272.
- Check, J., & Schutt, R. K. (2021). *Research Methods in Education*. SAGE Publications.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and practice*. Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Donald, E., & Alhazami, L. (2025). *Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Keputusan Pembelian Saham di Mahasiswa Universitas Dian Nusantara*.
- Feliska, G., Lim, C., Riyanto, B., & Abdillah, F. (2024). *Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Keputusan Pembelian Donut of Curiosity*.

- Fauzi, R. U. A., & Ningtyas, Y. P. (2023). *Pengaruh Promosi, Motivasi, Hedonis, FoMO, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee di Kota Madiun*.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2022). *Multivariate Data Analysis* (9th ed.). Cengage Learning.
- Hall, C. M., & Page, S. (2022). *The Routledge Handbook of Tourism in Cities*. Routledge.
- Herman, D. (2000). *Introducing FoMO: The Fear of Missing Out*. The Journal of Brand Management.
- Hidayat, R. (2019). *Inovasi Transportasi Pariwisata di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Wisata.
- Hodkinson, C. (2019). 'Fear of Missing Out' (FOMO) marketing appeals: A conceptual model. *Journal of Marketing Communications*, 25(1), 65–88.
- Johnson, R. B., & Christensen, L. (2019). *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches* (7th ed.). SAGE Publications.
- JWT Intelligence. (2011). *Fear of Missing Out (FoMO)*. New York: JWT Intelligence.
- Kementerian Pariwisata. (n.d.). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata*. https://openlibrary.org/books/OL31247776M/Kebijakan_pembangunan_destinasi_pariwisata.

- Kementerian Perhubungan RI. (2019). *Peraturan Menteri Perhubungan No. 16 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Tidak dalam Trayek*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/129470/permenhub-no-16-tahun-2019>.
- Kim, J., Lee, H., & Park, S. (2021). *Smart City Tour: The Role of AI and Big Data in Enhancing Urban Tourism Experiences*. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100797.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Prinsip-prinsip Dasar Pemasaran*.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi: Bagaimana meneliti dan menulis tesis?* Erlangga.
- McMillan, J. H. (2020). *Dasar-dasar Penelitian Pendidikan* (Terjemahan Indonesia).
- Mintarti, I. M. (2024). *Analisis Data Kuantitatif: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*.
- Muhartini, A. A., et al. (2021). *Analisis Peramalan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Menggunakan Metode Regresi Linear Sederhana*. *Jurnal Bayesian: Jurnal Ilmiah Statistika dan Ekonometrika*, 1(1), 17–23.
- Nasution, A. (2016). *Manajemen Transportasi*. Bandung: Alfabeta.
- Neuman, W. L. (2020). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (8th ed.). Pearson Education.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Surabaya.
- Prasetyo, E., & Jannah, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Pustaka Baru Press.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). *Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out*. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.

- Revilla, M., Saris, W., & Krosnick, J. A. (2014). *Choosing the Number of Categories in Agree–Disagree Scales*. *Sociological Methods & Research*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Salkind, N. J. (2020). *Statistics for people who (think they) hate statistics* (7th ed.). SAGE Publications.
- Sanaky, M. M., & Saleh, L. M. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah*. *Jurnal Simetrik*, 11(1), Juni.
- Santoso, B. (2018). *Sistem Transportasi Publik: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). *Validitas dan Reliabilitas terhadap Instrumen Kepuasan Kerja*. *Jurnal Manajemen & Bisnis, STMIK IMMI*, 1–8.
- Smith, M. K., & Puczko, L. (2021). *Experiential Tourism: Concepts and Practices in Urban Destinations*. Springer.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiarto, T. (2017). *Transportasi dalam Industri Pariwisata*. Surabaya: Penerbit Narasi.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tajudeen, F. P., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2018). *Understanding the impact of social media usage among organizations*. *Information & Management*, 55(3), 308–321.

- Tandon, A., Kaur, P., Bhatt, Y., Mantymaki, M., & Dhir, A. (2021). *Fear of Missing Out (FOMO) among social media users: A systematic literature review and framework*. *International Journal of Information Management*, 58, 102284.
- Transjakarta. (n.d.). *Transjakarta Luncurkan Open Top “Tour of Jakarta”, Wujudkan Jakarta Sebagai Kota Global*.
<https://transjakarta.co.id/berita/transjakarta-luncurkan-open-top-tour-of-jakarta-wujudkan-jakarta-sebagai-kota-global>.
- Widarjono, A. (2020). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*. UPP STIM YKPN.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Angkasa.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*.