Vol. 20, No. 2, Oktober 2026

p-ISSN 1907-235X
e-ISSN 2597-615X

Jurnal Manajemen Pemasaran

Efek Moderasi Health Consciousness pada Pengaruh Digital Nudging Terhadap Behavioral Intention Pengguna McDelivery
Shonia Octariana, Dylan Dave Valentino, Adriana Aprilia, Fransisca Andreani, Yohanes Sondang Kunto

Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Produk Samsung yang Dimediasi dengan FOMO
Edwin Japarianto, Yohan Gunawan Henuk, Steve Ferdinand Tanto, Stanley Adrian

Bagaimana Gamification Marketing Mendorong Impulse Buying: Peran Mediasi Fear of Missing Out pada Pengguna Shopee Generasi Z
Rama Maulana, Rayie Tariaranie Wiraguna

Viral Global Foods and Local Culinary Resilience: Spatiotemporal Search Attention and Marketing Strategy in Indonesia, 2019-2026
Atika Ningrum Putri Dwijayanti, Alvin

Instagram Affordances and Audience Engagement in A Cultural Festival: A Case Study of the Golo Koe Festival in Labuan Bajo
Fitri Ciptosari

Jurnal Manajemen Pemasaran	Vol. 20	No. 2	Hlm. 81-164	Surabaya Oktober 2026	p-ISSN 1907-235X e-ISSN 2597-615X

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT – UNIVERSITAS KRISTEN PETRA

Vol. 20, No. 2, Oktober 2026

p-ISSN 1907-235X
e-ISSN 2597-615X

Jurnal Manajemen Pemasaran

Dewan Penyunting

Ketua : Yohanes Sondang Kunto

Wakil Ketua : Edwin Japarianto

Anggota : Hatane Semuel
Stefan Wahlen
Bahtiar Mohamad
Michael Adiwijaya
Ferry Jaolis
Devi Destiani Andilas
Anna Triwijayati
Lia Sidik
Nur Komaria

Staf Administrasi : Sarita Budiyani

Alamat Sekretariat: **Pusat Penelitian**
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236, Indonesia
Telp. 031-8439040, 8494830-31, psw. 3147
E-mail: puslit@petra.ac.id
https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/

Diterbitkan oleh : Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Kristen Petra – Surabaya

Jurnal Manajemen Pemasaran telah diterbitkan sejak April 2006 secara berkala sebanyak 2 (dua) kali dalam 1 (satu) tahun pada bulan **April** dan **Oktober**.

Vol. 20, No. 2, Oktober 2026

p-ISSN 1907-235X
e-ISSN 2597-615X

Jurnal Manajemen Pemasaran

DAFTAR ISI

EFEK MODERASI HEALTH CONSCIOUSNESS PADA PENGARUH DIGITAL NUDGING TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PENGGUNA MCDELIVERY
Shonia Octariana, Dylan Dave Valentino, Adriana Aprilia, Fransisca Andreani, Yohanes Sondang Kunto 81-92

PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK SAMSUNG YANG DIMEDIASI DENGAN FOMO
Edwin Japarianto, Yohan Gunawan Henuk, Steve Ferdinand Tanto, Stanley Adrian 93-112

BAGAIMANA GAMIFICATION MARKETING MENDORONG IMPULSE BUYING: PERAN MEDIASI FEAR OF MISSING OUT PADA PENGGUNA SHOPEE GENERASI Z
Rama Maulana, Rayie Tariaranie Wiraguna 113-132

VIRAL GLOBAL FOODS AND LOCAL CULINARY RESILIENCE: SPATIOTEMPORAL SEARCH ATTENTION AND MARKETING STRATEGY IN INDONESIA, 2019-2026
Atika Ningrum Putri Dwijayanti, Alvin 133-148

INSTAGRAM AFFORDANCES AND AUDIENCE ENGAGEMENT IN A CULTURAL FESTIVAL: A CASE STUDY OF THE GOLO KOE FESTIVAL IN LABUAN BAJO
Fitri Ciptosari 149-164