

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i1.4065>
- Alt, D. , & B.-N. M. (2018). *Parent–Adolescent communication and problematic internet use: The mediating role of fear of missing out (FoMO)*. *Journal of Family Issues*, 39(13), 3391- 3409. doi: 10.1177/0192513X18783493.
- Andryanto, R. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta). In Skripsi (Vol. 147, Issue March). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Astuti, C. N. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme dengan Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2), 245–258. <https://doi.org/10.23887/jibk.v12i2.34086>.
- Beneke, J. (n.d.). Fear of missing out: Consumer decision-making in the age of social media. *Journal of Consumer Marketing*, 36(2), 219-225. 2019.
- Canestren, I. Asarila. (2021). “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater”, *Jurnal Of Business Management*, ((6)1.
- Erdawati, E. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365–371. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.331>.
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Univertas Diponegoro.
- Hodkinson, C. S. , & P. A. E. (2014). *The effect of cultural factors. Education & Training*.
- Kotler. (2009). manajemen pemasaran (Terjemahan), jakarta, PT. Prehallindo.
- Kotler, P. and K. K. L. (2016). *Marketing Management. In Marketing Management*,.
- Mashudi, A. (2020). Pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli pada Wisata Kuliner Bebek Sinjay Bangkalan.

- Masoud, E. Y. (2013). *The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan*.
- Miranda, M. , D. A. N. . , S. A. S. S. & L. D. (2023). Pengaruh Fomo Dan Hedonic Motivation Terhadap Penggunaan Paylater Bagi Mahasiswa Di Kota Medan. *Jurnal Point Equilibrium Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 75–89. <https://doi.org/10.59963/Jpema.V5i1.14>, 78–89.
- Mowen, J. C. , dan M. M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Przybylski, dkk. (2013). *Motivational, Emotional, and Behavioral correlates of Fear of Missing Out*. *Jurnal Psikologi*. Vol. 29.
- Rautela, S. , & S. S. (2022). *Fear of missing out (FOMO) to the joy of missing out (JOMO): shifting dunes of problematic usage of the internet among social media users*. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*. <https://doi.org/10.1108/JICES-06-2021-0057>.
- Saks, V. A., Kapelko, V. I., Ruda, M. Y., & Strumia, E. (1992). 1 0287. 5, 239– 248.
- Santoso, et, al. (2021). Fomsumerism: Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear Of Missing Out Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15(2), 159-171.
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). The Effect of Brand Image, Product Quality, Quality of Service, Price Perception and Place on Consumer Buying Interest in Sido Kangen Bakso Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48–61.
- Siregar, W. S. V. R. J. S. dan T. S. (n.d.). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. com. *Agora*, 5(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. CV. ALFABETA.
- Venkatesh, V. (2016). *Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model*. *Information Systems Research*, vol. 11, no. 4, pp. 342–365.
- Woodworth, R. S. and M. D. G. (1957). *Psychology*. Henry Holt and Company, New York.