

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A. F. P., Utomo, S. W., & Yusdita, E. E. (2020). Studi perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264-274.
- Abidzar, M., Indriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompot Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 7(2).
- Ailawadi, K., Neslin, S. A., & Gedenk, K. (2001). Pursuing the Value-Conscious Consumer: Store Brands Promotions. *Journal* <https://doi.org/https://doi.org/10.1509/jmkg.65.1.71.18132>
- Al-Wafa, M. Q., Rohmah, L. N., Maida, N. Z., & Kusumaputri, L. A. F. (2024). Pengaruh kemudahan bertransaksi dan sifat hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1), 13-26.
- Andita, M. P., & Abi Anwar, U. A. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif Online di Instagram. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1177-1188.
- Arbaiah, M., Pandjaitan, D. R., & Ambarwati, D. A. S. (2022). Pengaruh dimensi motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif pada situs marketplace Shopee. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 55-65.
- Arij, F. N., & Suwitho, S. (2021). Pengaruh motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif pada Shopee. *co. id. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(6).
- Azalika, E., Iqbal, M., & Susanti, Y. (2025). PENGARUH FOMO DAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TEHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA E-COMMERCE TIKTOK DENGAN EMOTIONAL SHOPPING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi pada Gen Z pengguna E-commerce Tiktok di Bandar Lampung). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(5), 1143-1158.
- Efendi, A., & Ahmad, S. W. (2025). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA E-COMMERCE TIKTOK SHOP YANG DI MODERASI FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA GENERASI Z DI KOTA MAKASSAR. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(07 Desember), 9163-9180.

- Farida, H., Warni, W. E., & Arya, L. (2021). Self-esteem dan kepuasan hidup dengan *fear of missing out* (FoMO) pada remaja. *Jurnal Psikologi Poseidon*, 60-76.
- Fatmawatie, N. (2022). E comerce dan Perilaku Konsumtif.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1-14.
- Istiqomah, N., Ruliaty, R., & Rizal, S. (2026). Pengaruh *Fear Of Missing Out* (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Platform Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar). *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 4877-4890.
- Jakarta.Marbun, B., & Rasyid, A. Komunikasi, J. I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Riau, U., Belanja, M., & Shop, T. (2022). Pengaruh tiktok shop terhadap motif belanja online mahasiswa universitas islam riau. 11(2), 29–40.
- Jannah, Siti Nuriyah Fathul, Dan Thalitha Sacharissa Rosyiidiani. "Gejala *Fear Of Missing Out* Dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri Di Era Pandemi Covid-19." *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia* 3, No. 1 (2022).
- Liong, R., Mora, L., & Tyas, D. M. (2024). Motivasi Belanja Hedonis dan FoMO: Menguak Pola Pembelian Impulsif. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 5(3), 731-738.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Mufli, F., Hastuti, D. R. D., Jamil, M., Safri, M., & Bado, B. (2025). Literasi Keuangan dan Motivasi Belanja Hedonis pada Kebiasaan Belanja Impulsif. *Bulletin of Economic Studies (BEST)*, 5(1), 24-34.
- Mustika, W., Kurniawati, M., & Sari, M. P. (2023). Pengaruh motivasi belanja hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif kategori produk fashion online pada marketplace. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(1), 141-151.
- Muzhar, W. M. (2024). Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fear of Missing Out (FoMO) Pada Pemain Tiktok Di SMK Swasta Sahata Pematangsiantar (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Ningsih, W. D., Zahrah, H., Puspitasari, C. I., & Karlina, N. C. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi-Z. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 2339-2344.

- Pamungkas, I., & Na'imah, T. (2022). Dimensi-dimensi Gaya Hidup Konsumtif pada Remaja. *PSIMPHONI*, 3(1), 1-7.
- Pangesti, N. A., Rahayu, T. S. M., Astuti, H. J., & Endratno, H. (2026). Pengaruh Flash Sale, Gratis Ongkir, Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsive Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(1), 455-477.
- Purwati, R., Pristiyono, P., & Halim, A. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online sebagai Kebutuhan ataukah Gaya Hidup. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 2152-2166.
- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Media Sosial Di Kota Palembang (Studi Pada Mahasiswa Fomo Di Universitas Sriwijaya Dan Universitas Muhammadiyah Palembang). *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 21(2), 129-148).
- Rahayu, R. R., Syahbudin, F., & Fitri, A. (2025). Pengaruh E-WoM dan Perilaku FoMO pada Keputusan Pembelian Impulsif Produk Fesyen di Shopee (Studi kasus Anggota KASEI Jabodetabek). *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 2(1), 23-33.
- Rusni, A., & Solihin, A. (2022). Pengaruh motivasi belanja hedonis, diskon harga dan tagline “gratis ongkir” terhadap keputusan pembelian impulsif secara online di shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 167-179.
- Saifuddin Azwar. (2015). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sari, W. P., Firdiyansyah, I., & Ilham, E. (2025). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, MOTIVASI BELANJA HEDONIS DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DI TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA FEBM UMRAH (Doctoral dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).
- Sianturi, A. N., & Siregar, I. (2023). Hubungan *fear of missing out* dengan kesejahteraan psikologis pengguna instagram pada remaja di SMP negeri 1 hutabayuraja. *Jurnal Psychomutiara*, 6(1), 35-42.
- Sudjana. 2002. *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Waspodo, A. A., Handayani, N. C., & Paramita, W. (2013). Pengaruh kepuasan kerja dan stres kerja terhadap turnover intention pada karyawan pt. Unitex di bogor. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(1), 97-115.
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. 2018. Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati* 7(2): 189-192.
- Wulandari, E. (2020). Hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Zahirah, N. H. (2024). Pengaruh Kebersyukuran Terhadap Online *Fear Of Missing Out* Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik(Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Zakawali, M. B., & Hudaiah, H. (2022). Masuk dan Berkembangnya Islam di Makassar. *Tsaqofah Dan Tarikh: Jurnal Kebudayaan Dan Sejarah Islam*, 7(1), 97–1.