

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi , Keamanan Transaksi , Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee, *MAKREJU:Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178–189.
- Amri, S. (2021), *Pengantar Ilmu Manajemen*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL)
- Ciptaningtyas, Prita, P., & Resdasari, A. (2022). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Konsumtif Pembelian Merchandise Pada Remaja Penggemar Grup K-Pop Nct (Neo Culture Technology) Di Indonesia. *Jurnal Empati*, 11(06), 381-385,
- Darsana, M, et al. (2023), *Pengantar Strategi Pemasaran*, Bandung: Intelektual Manifest Media.
- Fachrurazi, F, et al. (2022). *Pengantar Manajemen*. Batam: Cendikian Mulia Mandiri.
- Fatma, N, et al. (2023). *Manajemen Pemasaran Era 4.0*. Yogyakarta: PT Nas Media Indonesia.
- Fatmawati, N. (2022). *e commerce dan perilaku konsumtif*: Yogyakarta Cetakan 1: IAIN Kediri Press
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*. 1(4), 1–21.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh kemudahan transaksi non-tunai terhadap sikap konsumtif masyarakat kota makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 9 (2), 239–250.
- Hidayati, Y., Irwan, M., & Nasution, P. (2025). Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) di Era Digital. *Journal Of Social Science Research*. 5(5), 1218–1228.
- Hisyam, M., & Utami, P. H. (2024). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Perilaku Konsumtif, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Muslim Di Kecamatan Medan Baru. *Jurnal Bilal Bisnis Ekonomi Halal*. 5(2), 126–139.
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Psikologi*. 9(2), 323–336. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol.13(4). 107–118.

- Latifa, R. N., et al. (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.
- Marselina, E., & Rokamah, R. (2022). Manajemen Produksi Home Industry Keripik Galih Kurnia Usaha Desa Bubakan Kecamatan Tulaka Kabupaten Pacitan. *Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 105–120. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.706>
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of Missing Out: Tepat Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*, alih bahasa oleh Annisa C Putri. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mula, I., & Pradikto, S. (2025). Pengaruh Media Sosial , Perilaku FOMO (Fear of Missing Out), dan Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Wiranegara. *AEPPG*. 2(3), 30–38.
- Mulyati, N. A., Muharsih, L., & Greata, H. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar Fashion Korea di Karawang. *Jurnal Psikologi Dan Konseling West Science*, 3(02), 166–175. <https://doi.org/10.58812/jpkws.v3i02.2237>
- Muniarty, P., et al. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi.
- Nugroho, E. J., et al. (2025). Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Magister Psikologi Universitas Semarang. *Journal of Basic Educational Studies*, 5(2), 565–570.
- Pebriana, D., Mora, L., & Tyas, D. M. (2024). Tren Konsumtif di Kalangan Pekerja : Analisis Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Fear of Missing Out di Kabupaten Karawang. *Jurnal Psikologi dan Konseling West Science*, 2(03), 154–162.
- Qurotulaini, D. L., Fauzi, R. H., & Hidayat, W. (2024). Pengaruh Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Smh Banten. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(3), 4461–4471.
- Rasyid, A. (2019). Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 172–186.
- Reken, F., et al. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Sachiyati, M., Yanuar, D., & Nisa, U. (2023). Fenomena Kecanduan Media Sosial (Fomo) Pada Remaja Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, 8(4)

- Safitri, A., & Rinaldi. (2023). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Pembeli Barang Diskon Aplikasi Shopee. *Jurnal Hukum Islam dan Humaniora*, 2(2022), 727–737.
- Sahensah, M. N., Wahyudi, V. F., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. *Kalianda Halok Gagas*, 5(2), 108–117.
- Sari, N., Prayitno, S. R., Azzam, A., & Afghani, A. (2025). Pengaruh FoMO Pada Promo Iklan Di TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Mahasiswa : Ditinjau dari E-Commerce. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(6), 10148–10159.
- Sari, P., Palah, J. M., & Ambarwati, P. (2023). Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tiktok Shop : Daya Tarik Konten , Gratis Ongkos Kirim dan Harga Flash Sale sebagai Pemicu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 4(01), 85–100.
- Satriadi, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Siswanto, B. (2020). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara. <https://books.google.co.id/books?id=RvYrEAAAQBAJ&lpg=PR4&hl=id&pg=PA25#v=onepage&q&f=false>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV PUSTAKA ABADI.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2024). *Strategi Pemasaran* Cetakan 1. Pekanbaru: Universitas Islam Riau Press.
- Sutianingsih, et al. (2024). *Pengantar manajemen*. padang: GET PRESS INDONESIA.
- Syamtoro, B., wahidah, R. N., & Kencana, N. P. (2024). Pengaruh Strategi Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Jasa Pada PT. Bina Edu Pratama. *Jurnal Ilman:Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 7–10.
- Taswiyah, T. (2022). Mengantisipasi Gejala Fear Of Missing Out (FoMO) Terhadap Dampak Social Global 4 . 0 dan 5 . 0 Melalui Subjective Weel-Being dan Joy of Missing Out (JoMO). *JAWARA-Jurnal Pendidikan Karakter*. 8(1), 103–119.
- Tuwo, M., Rompas, W., & Mambo, R. (2023). Pengelolaan pasar blante untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di kecamatan tompaso kabupaten minahasa. *Jurnal Adminiatrasi Publik*, 4(2), 475-484
- Wardani, S. D., & Septia, C. (2023). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) pada Generasi Z Terhadap Ketakwaan Kepada Allah SWT. *Darul' Ilmi*, 11(02), 257–269.

- Wirasukessa, K., & Sanica, I. G. (2023). Fear Of Missing Out Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials : Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude. *JIMEA:Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 7(1), 156–175.
- Yotan, O., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Nilai Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee pada Mahasiswa Fisip Unsrat. *Productivity*,3(6), 547–553.
- Yulawan, E., Sagian, H., & Willis., L.(2023). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia, *OPTIMAL : Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12(2), 34-49. <https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>
- Yusuf, M., Haryoto, C., Husainah, N., & Nuraeni. (2023). *Teori Manajemen*. Koto Baru: Yayasan Pendidikan Cendikia Muslim

