DAFTAR PUSTAKA

Akbar, et. al., (2018). *Ketakutan akan kehilangan momen (fomo) pada remaja kota samarinda 1)*. *7*(2). https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/71952533/pdflibre.pdf?1633748814&responsecontentdisposition=inline%3B+filename%3DKetakutan_Akan_Kehilangan_Momen_FoMo_Pad.

Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.

Amirullah. (2021). Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Akademika*, *20*(2), 169–175.

Anthony, G. E.,et al. (2025). *Jurnal Tinjauan Manajemen dan Akuntansi Mahasiswa Pengaruh Brand Image , Discount , dan Fear Of Missing Out (FoMO) terhadap Impulse Buying 01*(02).

Darna, N., et al. (2023) *Bahan Ajar Metodologi penelitian* . Deepublish Publisher.

Farha Kamilatun. (2025). *Pengaruh Social Media Advertising, Fomo, Dan Environment Cafe Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Pelanggan Tomoro Coffee di Kota Malang)*. http://etheses.uin-malang.ac.id/80260/

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Deepublish.

Fitri, F. R. (2018). *The influence of web quality and sales promotion toward impulse buying behavior with openness personality as moderating variable Study on consumer of shopee indonesia online store*. *20*(1), 48–55. https://jos.unsoed.ac.id/index.php/jame/article/view/1028

Frida, C. (2021). *Pengantar Manajemen*. Gosyen Publishing.

Hidayat, R., dan Tryanti, I. K. (2018). *Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa*. *2*(2), 174–180. https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/1117

Iftitah, et. al., (2023). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Promotion 12*(2), 582–592. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/38318

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Kalsum, E. U., Siregar, D. A. F., Pasaribu, I. M., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., Niaga, A., Negeri, P.,

& Pembelian, K. (2024). *Jurnal Bisnis Net Volume : 7 No . 2 Desember , 2024 |ISSN : 2621 -3982 Pengaruh Harga Dan Promosi Serta Trust Terhadap Keputusan Jurnal Bisnis Net Volume : 7 No . 2 Desember , 2024 | ISSN : 2621 -3982*. *2*, 782–788. https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/bisnet/article/view/4951

Kotler, P., dan Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing*. Pearson Education.

Kotler, P., dan Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed. (ed.)). Pearson Education.

Mujito, et. al., (2023). *Pengantar Manajemen: Memahami Konsep Dasar Manajemen Secara Mudah*. EDU PUBLISHER.

Ningrum et., al., (2023). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022*. *1*(1), 394–403.

Pasaribu et., A. (2025). *Journal of S ocial and Economics Research*. *7*(1), 1186–1197.

Rahma,et. al., *Pengaruh FOMO (Fear Of Missing Out), Flash Sale , Live Stream Shopping terhadap Impulsive Buying pada Konsumen Lip Produk di TikTok Shop*. 33–44. https://jurnal.uny.ac.id/index.php/jep/article/view/91677

Ramdayani, R. (2026). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Promosi terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Shopee*. *9*(1), 214–222. https://ojspustek.org/index.php/SJR/article/view/1390

Ratnasari, et. al., (2023). *Ike Ratnasari, Peni Indarwati, Suhartatik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kertanegara Malang, Indonesia*. *3*(8), 677–684. https://jurnalpasca.unram.ac.id/index.php/alexandria/article/view/615

Roni. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.

Sari et., al. (2024). *Fungsi , Tujuan Dan Bentuk-bentuk Promosi*. *03*(02), 41–46. https://jurnal.stiedarulfalahmojokerto.ac.id/index.php/dar-el-falah/article/view/77

Satriadi M.Sc., S. A. P., Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif; Kualitatif; dan R&D* (Cetakan ke). Alfabeta,.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M.

Dr.Ir.Sutopo.S.Pd (ed.); cetakan ke). Alfabeta,.

Suharsimi, A. (2022). *Prosedur Penelitian*. *2*(3), 211–213.

Tantri et., al. (2025). *Fear Of Missing Out (Fomo) Dalam Membentuk Self Control Dan Impulse Buying Pembelian Coffee shop Viral Dipontianak*. https://jurnal.upb.ac.id/index.php/equalibrium/article/view/567

Tolan, M. S. (2021). *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)*. *2*(5), 360–364.

Widodo, M. S., dan Ubaya, P. (2024). *Pengaruh Fomo Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying , Dengan Gender Sebagai*. *08*, 36–44. https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/6395

Yuniarti, et. al. (2021). *Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Moment Hari Belanja Online*. *10*(01), 153–159. https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/12711