

DAFTAR PUSTAKA

- A, H. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 56.
- Abel, J. B. (2016). Social media and the fear of missing out: scale development and assessment. *Journal Of Business & Economics Research (JBER)*, 33- 44.
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Links Between Adolescents' Deep and Surface Learning Approaches, Problematic Internet Use, and Fear of Missing Out (FOMO). *Internet Interventions*, 13, 30–39.
- Andhita, R. S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Andreas Kaplan, M. H. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Jakarta: Business Horizons.
- Andriani, D. (2021, Desember 06). *Jiniso, Brand Jeans Lokal yang Jual Hingga Ribuan Produk per Hari*. Retrieved from Bisnis.com: <https://lifestyle.bisnis.com/read/20211206/104/1474209/jiniso-brand-jeans-lokal-yang-jual-hingga-ribuan-produk-per-hari>
- Annur, C. M. (2022, Maret 23). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022). *Databoks*, pp. 1-2.
- Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- Claudia, C. (2022). FoMo di media sosial dan e-WoM : pertimbangan berbelanja daring pada marketplace. *Jurnal Studi Komunika*s, 32.
- Dennis W Rook, Robert J Fishe. (1995). *Normative Influences on Impulsive Buying Behavior*. Inggris: Oxford University Press.
- Duta, G. L. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Tiktok dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jiniso. *Digital Repository UNILA*, 4-5.
- Faishal Azka K., E. L. (2022). *Pengaruh Konten di Instagram Terhadap Brand Awreness*. Bandung: Communication Management.
- Flora. (2023, April Sabtu). *Arti Hedon Adalah: Apa itu Sifat Hedonisme dan Contohnya*. Retrieved from Landx.id: <https://landx.id/blog/kenali-sikap-hedonisme-dampak-dan-4-cara->

- Gamble, T. K. (2002). *Communication Works*. New York: McGraw Hill.
- Hidayat, A (2013). Uji F dan Uji T. Retrieved Juni , 2023, from Statistikian: <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>
- Hidayat, A. (2020). *Uji F dan Uji T*. Retrieved Juni 9, 2023, from Statistikian: <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>
- Islami, Z. M. N. (2020). *Pengaruh Fear of Missing Out, Kontrol Diri, Narsisme, dan Strategi Koping Terhadap Adiksi Media Sosial Pada Mahasiswa di Jabodetabek*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kominfo. (2022). *Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia*. Retrieved from KOMINFO: https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media
- Kurniawan, R. A. (2021). *Pengaruh Fomo Terhadap Impulse Buying Behavior Dengan Purchase Intention Sebagai Pemediasi (Studi Kasus Pada Shopee)*. Skripsi. STIE YKPN.
- Ma'ruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mowen, J. C. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- N., Y. (2023, April Sabtu). *Indonesiaaik.id*. Retrieved from Indonesiaaik.id: <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin->
- Nasrullah, R. (2017). *Sosial media perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nicho Alinton S, V. S. (2019). Hubungan Antara Regulasi Dri Dengan Fear Of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 137.
- Nunnally, B. I. (1994). *Psychometric Theory, Edisi ke 3*. New York: McGraw Hill.
- Nunnally, B.I. (1994). *Psychometric Theory, Edisi ke 3*. New York: McGraw Hill.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563213000800>
- Putra, N. (2014). Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement dan predecision stage dan post decision stage terhadap loyalty melalui impulse buying pada XYZ boutique di surabaya. *jurnal ekonomi katolik widya mandala surabaya*, 5.

- Ramadhani, Y. (2022). Pengaruh FoMO, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3.
- Sari, D. P. (2014). *Analisis faktor faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif konsumen online dengan sumberdaya yang dikeluarkan dan orientasi belanja sebagai variabel mediasi*. Suarabaya: Universitas Kristen Petra.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being* (10th ed.). Prentice Hall.
- Sri, N. A. (2019). Hubungan Kontrol Diri dan Perilaku Impulsif dengan. *Jurnal IKRA-ITH*, 192.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Uji validitas digunakan untuk menentukan sejauh mana kuesioner itu sah atau valid. Validitas kuesioner menunjukkan sejauh mana pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan konsep yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Ghazali (2016:27), uji*. Bandung: IKAPI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tirmizi, M. A. (2009). An empirical study of consumer impulse buying behavior in local markets european. *journal of scientific research vol 28*, 4.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi Implementasi (Operasional Bisnis Modern di Indonesia)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wegmann, E. O. (2017). Online specific fear of missing out and internet use expectancies contribute to symptoms of internet communication disorder. *Addictive Behavior Reports*, 33-42.