

DAFTAR PUSTAKA

- Afina, N. (2023). Penyakit Hati dan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Era Digital. *BULETIN AL-RASIKH*.
- Agatha H W, Hamfri Djajadikerta, & Samuel Wirawan. (2019). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. *Journal of Accounting and Business Studies, Vol. 4, No. 2*.
- Amanah, D. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quanomic, Vol. 3, No. 02*. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/SBDE3>
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu, 6(4)*, 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Apolo, M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP. *Journal Of Social Science Research, 3*, 3847–3858.

- Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, M. A. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN* (1st ed.). SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
<https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/42716/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf>
- Dr. Hj. Naning Fatmawatie, S. M. (2022). E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF. In Epullah & Aura Latifa (Eds.), *Naning Fatmawatie*. IAIN Kediri Press.
<https://repository.iainkediri.ac.id/858/2/e%20commerce.pdf>
- Dr. Imam Machali, M. P. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)* (A. Habib, Ed.; 3rd ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://tarbiyah.uin-suka.ac.id/>
- Fatmawatie, N. (2022). E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF. In *Naning Fatmawatie*. IAIN Kediri Press.
- Fernanda, M. (2019). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DAYA TARIK IKLAN INTERNET, DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*.

- 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), 21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Fitriyani, R., & Akbar, A. (2024). Pengaruh FoMO, sales promotion, metode pembayaran terhadap impulsiver buying. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(1), 472–484. <https://doi.org/10.29210/020242513>
- Khairunissa, K., Suharyono, & Edy Yulianto. (2017). PENGARUH BAURAN PROMOSI KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 46 No.2.
- Martowinangun, K., Devita, L., & Karyadi. (2019). PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI CV. JAYA PERKASA MOTOR RANCAEKEK KABUPATEN BANDUNG. *Co-Management*, 1, No. 2.
- Miranda, S., Evawani, P., Lubis, E., Jurusan, M. S., Komunikasi, I., Riau, U., Kampus, P., Widya, B., Soebrantas, J. H., 12, K., & Pekanbaru, S. B. (2017). PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ONLINE SHOPPING FASHION TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN

- ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU. In *JOM FISIP* (Vol. 4, Issue 1). <https://beritagar.id/artikel/sains->
- Muntaha, A. (2023, March 22). Surat An-Nisa' Ayat 32: Larangan Hasud atau Iri Terhadap Orang Lain. *NU Online*.
- Nashr, T. (2016, December 13). *Konsep Promosi Produk Menurut Perspektif Hukum Islam*. Rumah Fiqih Indonesia.
- Nilawati, P., Amri, S. *, Muhammad, H., & Psikologi, J. (2014). KECENDERUNGAN PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI TINJAU DARI PENDAPATAN ORANG TUA PADA SISWA-SISWI SMA KESATRIAN 2 SEMARANG Info Artikel. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 3 (1).
- Paulino Da Costa Ferreira, & Hwihanus Hwihanus. (2025). Pengaruh Promosi Online Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Market place. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 93–102. <https://doi.org/10.59024/jumek.v3i1.518>
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *TEORI PERILAKU KONSUMEN* (A. Jibril, Ed.). NEM -Anggota IKAPI.
- Raharjo, S. (2025, June 15). *Tutorial SPSS*. SPSS Indonesia.

- Rahmawati, I., & Setyowibowo, F. (2025). PENGARUH STIMULUS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI REAKSI KOGNITIF DAN AFEKTIF: KERANGKA KERJA STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE (SOR). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*
- Rahmawaty, F., & Solihin, D. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Faw Coffee Victor Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen*, 3 (1), 69–80.
- Sianipar, N. A., Veronika, D., & Kaloeti, S. (2019). HUBUNGAN ANTARA REGULASI DIRI DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA MAHASISWA TAHUN PERTAMA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS DIPONEGORO. *Jurnal Empati*,
- Suyasa, Tommy Y.S., & Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis*.
- Wachyuni, S. S., Namira, S., Respati, R. D., & Teviningrum, S. (2024). FENOMENA FEAR OUT MISSING OUT (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RESTORAN VIRAL KAREN'S DINER JAKARTA. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*,