

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkhakim, A. (2019). Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua–Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-Anak Di Media Sosial Tik Tok. (*Doctoral Dissertation, Faculty Of Social And Political Science*) , 3.
- Abel. J.P., C. L. (2016). Social Media And The Fear Of Missing Out: Scale Development And Assesmen. *Journal Of Business & Economics Research*,14 (1), 33 .
- Adawiyah, D. P. R. (2020) ‘Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang’, *Jurnal Komunikasi*. Doi:10.21107/Ilkom.V14i2.7504.
- Akdon, D. R. (2013). Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistika,. *Bandung: Alfabeta* .
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Examining The Effect Of Product Assortment And Price Discount Toward Online Purchase Decision Of University Student In Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(2), 99-104.
- Aprilia., Z. (2019). Pengaruh Self-Control, Big Five Personality Dan Demografi Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Tokopedia.. *Skripsi.Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta* .
- Ardia, I. (2021). Apa Itu Tiktok Shop? Ini Penjelasan Dan Cara Berbelanja Di Tiktok Shop. *Beritadiy*. . <https://Beritadiy.Pikiran-Rakyat.Com/Tekno/Pr-702635561/Apa-Itu-Tiktok-Shop-Ini-Penjelasan-Dancara-Belanja-Di-Fitur-Baru-Tiktok>. , 7.
- Çelik, I. K. (2019). The Effects Of Consumers’ Fomo Tendencies On Impulse Buying And The Effects Of Impulse Buying On Post-Purchase Regret: An Investigation On Retail Stores\*. *Broad Research In Artificial Intelligence And Neuroscience* 10(3), 124–138 , 14.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Aproach To Structural Equation Modeling. *Modern Methods For Business Research*, 295, 336 .
- Dewa, C. B. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). *Yogyakarta, Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*. Vol 12 , 8.

- Ds, Y. R. R., & El Halidy, A. (2022). Pengaruh Fomo, Kesenangan Berbelanja Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Di E-Commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(03), 1477-1487.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro* .
- Henrietta. (2012). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta* .
- Hodkinson, C. (2019). Fear Of Missing Out'(Fomo) Marketing Appeals: Konseptual Model. *Jurnal Komunikasi Pemasaran* .
- Hermayanti, A. W., & Susantiaji, A. 2022. Analisis Pembelian Impulsif Di Pasar Modern Kota Tegal Pada Saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Monex Intelligence*, J. (2012). Fear Of Missing Out (FOMO). . *Dari Www.Jwtintelligence.Com/Wp-Content/Uploads/2012/03/F\_JWT* .
- Jayani, D. (2019). Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>. 2.
- Kharis, I. F. (2011). Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online. *Skripsi Universitas Diponegoro.Semarang*.
- Kurniawan, R. A. (2021). *Pengaruh Fomo Terhadap Impulse Buying Behavior Dengan Purchase Intention Sebagai Pemediasi (Studi Kasus Pada Shopee)* (Doctoral Dissertation, STIE YKPN).
- Munawar, S., Bashir, A., Fahim, S. M., Rehman, A., & Mukhtar, B. (2021). The Effect Of Fear-Of-Missing-Out (Fomo) On Hedonic Services Purchase In Collectivist And Restrained Society: A Moderated-Mediated Model. *Academy Of Strategic Management Journal*, 20, 1-20.
- Przybylski, A. K. (2013). Motivational, Emotional, And Behavioral Correlates Of Fear Of Missing Out. *Computers In Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. , 10.
- Rook, D. &. (1995). Normative Influences On Impulsive Buying. *Journal Of Consumer Research*. Vol.22. Hlm. 305-313 , 9.
- Santoso, I. H. (2021). Fomsumerism : Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear Of Missing Out Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15(2), 159–171. , 12.

- Sarwono, J. (2013). *Statistik Multivariate. Yogyakarta: Andi* .
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D). Bandung : Alfabeta* .
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta* .
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. . Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,. Bandung: Alfabeta.*
- Taofik, A. (2021). 6 Langkah Daftar Tiktok Shop, Bisa Berjualan Di Tiktok Dan Menghasilkan Banyak . *Https://Bagikanberita.Pikiran-Rakyat.Com/Hiburan/Pr-682783446/6-Langkah-Daftar-Tiktok-Shop-Bisa-Berjualan-Di-Tiktok-Dan-Menghasilkan-Banyak-Uang-Segeraeksekusi-Di-Sini* . , 6.
- Verplanken, B. &. (2001). Individual Differences In Impulse Buying Tendency Feeling And No Thinking. . *European Journal Of Personality, Eur: S71-S83.*
- Weiss, G. (2020). Tiktok Added 12 Million Unique U.S Visitors In March, As Watch Time Surges In Quarantine Tubefilter. *Https://Www.Tibefilter.Com/2020/04/28/Tiktok-Added-12-Million-Uniquueus-Visitors-In-March* , 4.
- Wijaya, M. (2017). Pengaruh Hedonic Motive Dan Shopping Enjoyment Terhadap Impulse Buying Yang Dimediasi Oleh Browsing Pada Konsumen Belanja Online Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Aktual STIE IEU Yogyakarta* , , 1.
- Wilujeng. (2017). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Konsumen Indomaret Di Kecamatan Sukun Kota Malang. . *Journal FEB Universitas Kanjuruhan Malang*, 457 .

