

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*. Malang: AE Publishing.
- Amanda, S. Y., Alimbel, F., & Surur, M. (2024). Pengaruh *Social Media, Shopping Lifestyle*, dan *Customer Experience* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Gen Z Melalui *E-Commerce*. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1, 171–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v1i2.1262>.
- Amriadi, L. T. (2023). *Pemasaran Terpadu*. Get Pres Indonesia.
- Andriansah, D., Handayani, suarsah senny, & Triputranto, B. (2023). Pengaruh *Fear Of Missing Out (Fomo)* Dan *Hedonic Shopping* Terhadap *Impulsive Buying* Di *Ecommerce* Shopee Pada Hari Belanja Nasional(Harbolna)(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Logistik Dan Bisnis Internasional). 27(2), 83–90. <http://eprint.ulbi.ac.id/id/eprint/2203>.
- Anggraeni, F. G. (2020). Pengaruh Trait Kepribadian, *Social Influence*, dan Faktor Demografi Terhadap *Impulsive Buying* Melalui Internet (*Online*). *Repository Uinjkt*, 19. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v1i2.1262>.
- Ariyanti, L., & Setyo Iriani, S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Saat *Special Event Day* (Studi Pada Konsumen Shopee Jawa Timur). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 491–508. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.58>.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, S., & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. CV.Widina Media Utama.
- Astuti, N. A., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh FOMO (*Fear of Missing Out*), *Shopping Lifestyle*, dan *Positive Emotion* Terhadap *Impulse Buying* (Survey pada Mahasiswa Konsumen *E-commerce* Shopee di Universitas Slamet Riyadi Surakarta). 2(1), 540–562. <https://doi.org/https://doi.org/10.62710/srsrw507>.
- Aulia, F., Setiawan, M. Y., Purna, R. S., Ade, F. S., & Utami, R. H. (2024). *Remaja dan Problematic Internet Use*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bantara, B. (2023). *Psikologi Gelap Internet: Memahami Sisi Tersembunyi dari Dunia Maya Kecanduan Media Sosial: Ketika “Like” Menjadi Obsesi*. Jakarta: Bagas Bantara.
- CNBC. (2024). *Riset: 80% Warga RI Senang Habiskan Duit untuk Gaya Hidup*. CNBC Indonesia. <https://www-cnbcindonesia-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.cnbcindonesia.com/lifestyle/2024081613504-8-33-563697/riset-80-warga-ri-senang-habiskan-duit-untuk-gaya-hidup>.
- Daft, R. L. (2018). *Management* (13E ed.). Singapore: Cengage Learning.
- Dewanta, pandu haryo, & Sidanti, H. (2024). Pengaruh *Fear Of Missing Out*

- (Fomo), Perilaku Konsumtif dan *Lifestyle* (Gaya Hidup) Terhadap *Impulse Buying Marketplace* Shopee Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Di Universitas Pgri Madiun. *SIMBA*.
<https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/6263>.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Buku Pemasaran Produk dan Merek (Issue August)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grace, H.-F. M., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran*. Pascal Books.
- Griffin, R. W. (2016). *Management* (12th ed.). Singapore: Cengage Learning.
- Hayran, C., & Anik, L. (2021). *Well-being and fear of missing out (Fomo) on digital content in the time of covid-19: A correlational analysis among university students*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1–13. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041974>.
- Hendrawan, A. Y. (2024). *Strategi Keluarga Dalam Mengatasi Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z*. Banyumas: Amerta Media.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Jawa Barat: Hidayatul Quran.
- Ika, ni dewi ambal, Utomo, B., & Aditya, D. (2024). *Manajemen Ritel Modern*. Ponorogo: Uwais inspirasi indonesia.
- Irza, novia aishwarya. (2024). Pengaruh Fomo dan *Sales Promotion* Terhadap *Impulse Buying Saat Live Streaming* Pada Pengguna Shopee Di Kota Medan. *Repository Uma*, 21 Maret 2024. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/23826>.
- Kotler, P., Keller, kevin lane, & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Harlow: Pearson.
- Kurniawan, P., Anwar, Y., & Jufri, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Selat Media 2023.
- Kusnanto, D., Amalia, Maryati, W., Indrianti, M. A., Khairani, E., Abadi, S. P., Suhendar, Adinugroho, I., Rusfian, E. Z., Muslimin, M., Wibowo, T. S., & Suharlina. (2023). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Praktik Mencapai Target*. Penerbit Adab.
- Lestari, K. B., Ernawati, M. T., Pranatasari, F. D., (2023). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, dan Sales Promotion* Terhadap *Impulse Buying* Pada *E-Commerce* Shopee. *Business Management Journal*, 19(2), 163–172. <https://doi.org/doi.org/10.30813/bmj.v19i2.4657>.
- Loudon, D. L., & Bitta, A. J. Della. (2022). *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. McGraw Hill Education.
- Mamuaya, N. C. I. (2021). *Faktor Situasional, Atmosfir Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen*. Padang: CV.

Azka Pustaka.

- Mansur, A. D., Ismail, Y. L., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh *Hedonic Shopping Value* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Butik Zahra Collection. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 109–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10472564>.
- Muharam, G. M., Sulistiya, D., Sari, N., Fahmy, Z., & Zikrinawati, K. (2023). *Experimental Student Experiences The Effect of Fear of Missing Out (FoMO) and Peer Conformity on Impulsive Buying in Semarang City Students (Study on TikTok Shop Consumers)*. *Jurnal Sunan Doe*, 1(8), 2985–3877. <https://jurnal.institutsunandoe.ac.id/index.php/ESE>.
- Mulyaningtyas, D., Ayu, veramitha putri, & Saifullah. (2023). *ICAESS 2023 Proceedings of the 5th International Conference on Applied Economics and Social Science* (A. E. Mulyana, D. Kurniawan, F. A. Rahman, & E. Olifia (eds.)). European Alliance for Innovation.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Özsungur, F. (2022). *Handbook of Research on Digital Violence and Discrimination Studies*. Amerika Serikat: IGI Global.
- Pujiyanto, R. (2023). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Purnamasari, lathiyfah shanti, Somantri, B., & Agusiani, V. (2021). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Hedonic Shopping* terhadap *Impulse buying* Pada Shopee.CO.ID (Studi Kasus di Lingkungan Mahasiswa Kota Sukabumi). 4(April), 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.52851/cakrawala.v4i1.69>.
- Rahmasari, A. N., Quintania, M., & Napitupulu, R. L. (2022). Pengaruh Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Kopi Janji Jiwa Melalui Aplikasi Ojek Online di Wilayah Jabodetabek. *Excellent*, 9(1), 28–39. <https://doi.org/10.36587/exc.v9i1.1235>.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14E ed.). Harlow: Pearson.
- Samsiyah, S., Latif, N., Aprilia, chindi dwi, Auliansyah, arrafi rahmad, Raditya, G., Zukar, M., & Adella, nadiva tri. (2023). *Perilaku Konsumen*. CV. Mega Press Nusantara.
- Saragih, C. M., & Pusvitasari, P. (2022). Kecemasan Dengan Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna E-Commerce Selama Pandemi Covid-19. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(3), 608. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i3.8538>.
- Saragih, L., Muhamad, L. F., Korosando, F., Nurkomariyah, S., & Mutiasari, A. I. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Scarpi, D. (2020). *Hedonism, Utilitarianism, and Consumer Behavior*. Springer Internasional Publishing.

- Setiawati, T., & Febby, K. (2022). Pengaruh *Flash Sale* terhadap Keputusan Pembelian Impulsif dengan Fomo (*Fear of Missing Out*) sebagai Variabel Moderasi. *Repository.Uksw.Edu*, 15(1), 37–48. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/27704>.
- Setijani, E., Sugito, P., & Sumartono. (2021). *Manajemen Bisnis Three Pillars of Business Approach*. Malang: Media Nusa Creative.
- Shopee. (2025). *Tentang Shopee-karir Shopee Indonesia*. Shopee. <https://careers.shopee.co.id/>.
- Sofiyah Salsabilah, Iswati, I., & Arief Widjadmoko. (2024). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen *E-Commerce* Shopee Surabaya. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(3), 216–231. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i3.2256>.
- Soleha, S. R., & Sagir, H. J. (2024). Pengaruh *Fear Of Missing Out (FOMO)* dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* di *E-Commerce* (Studi Pada Generasi Z Lombok). *Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship*, 5, 34–38. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v5iSpecialIssue.604>.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior; Buying, Having, and Being* (13th Editi). Harlow: Pearson.
- Sopiyan, P., & Neny, R. (2020). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Positive Emotion* Terhadap *Impulse Buying*. *XI(3)*, 207–216. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.115>.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Ed. 2). Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua* (2nd ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna, & Susan, M. (2022). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Swastha, B. (2018). *Manajemen Penjualan* (Ed. Ketiga). Yogyakarta : BPF.
- Tapaningsing, W. I. D. A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Banten: PT Sada Kurnia Pustaka.
- Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep dasar dan Ruang Lingkup*. Penerbit Adab.
- Wangi, L. P., & Andarini, S. (2021). Pengaruh *Flash Sale* dan *Cashback* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5, 79–91. <https://doi.org/https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3424>.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen pemasaran*. Radna Andi Wibowo.