

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, S. (2025). *Komunikasi Massa*. Cendekia Mulia Mandiri.
- Abni, N. (2025). Pengaruh Social Commerce Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Di Kalangan Generasi Z : Studi Kasus Penjualan Di Tiktok Shop. *Jurnal Tata Rias*, 15(1), 1–7.
<https://doi.org/10.21009/jtr.15.1.01>
- Azmi F, F. M. M. F. (2023). Fenomena Afiliasi Tiktok Shop Pada Kalangan Generasi Z (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Fenomena Afiliasi TikTok Shop di Kalangan Generasi Z Indonesia). In *Universitas Pasundan*. Universitas Pasundan.
- Caesarialoka, A., Darma, A., & Satwika, Y. W. (2025). Hubungan Antara Fear of Missing Out dengan Perilaku Konsumtif pada Perempuan Dewasa Awal di Kota Surabaya. *Jurnal Psikologi Dan Konseling West Science*, 3(03), 357–366.
- Dimock, M. (2019, January 17). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center.
<https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Halawa, M. L. (2025). Tindakan Sosial Tokoh Dalam Novel Ulang Tahun Karya Novka Kuaranita Prespektif Max Weber. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Naratif*, 06(1), 311–320.
<https://ijurnal.com/1/index.php/jipn>
- Hasbullah, A. R., Ahid, N., & Sutrisno. (2022). Penerapan Teori Interaksi Simbolik dan Perubahan Sosial di Era Digital. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 10(1), 36–49.

- Hidayah T, Zahro A, Ragoro K, & Hidayah RKusumawati I. (2025). Dampak Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif Generasi Z Di E-Commerce Tiktok Shop. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 24(12).
- <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Kusaini, U. N., Wulandari, L., Guk Guk, R. R., Cahya, B. D. I., Fitriana, D., Regilsa, M., Anggraini, D., Oktaviana, V., Lubis, M. A., & Ferdiansyah, M. (2024). Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok. *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 5104–5114.
- Kuswarno, E. (2013). *Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Widya Padjajaran.
- Majid, M. K. A., Sa'dullah, N., & Rahmawati, L. (2024). Fenomena dan Perilaku Belanja Online Melalui Tiktok Shop pada Generasi Z Perspektif Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1796–1806.
- <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13383>
- Mawardi, R. (2018). *Penelitian Kualitatif Pendekatan Fenomenologi*. Perbanas Institute. <https://dosen.perbanas.id/penelitian-kualitatif-pendekatan-fenomenologi/>
- Muchlisah, Febriyuni B, Zulyanti R, Salju P, Firdawati A, & Putri C. (2026). Fear Of Missing Out (FOMO): Durasi Screentime Dan Kualitas Tidur Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi. *Pusat Studi Gender Dan Anak UIN Alauddin Makassar*, 10(1), 96–105.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rektama Media.
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95–102.
- <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.464>

- 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://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Romadhona. (2023). *Teknologi Jadi Nafas Gen Z, Tonggak Penentu Indonesia Maju*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. <https://umsida.ac.id/8-karakteristik-gen-z-yang-jadi-penentu-indonesia/>
- Rorong, M. J. (2020). *Fenomenologi*. Deepublish.
- Ruliaty N, & Rizal S. (2026). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Platform Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar). *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 4877–4890. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6749>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia. www.penerbitbukumurah.com
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Sulam, R. T., & Fasa, M. I. (2025). TikTok Shop sebagai Inovasi Social Commerce: Analisis Pengalaman Pengguna, Kepuasan Konsumen, dan Perubahan Perilaku Belanja. *Inflasi : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 2(1), 97–106.
- Sunarya, F. R. (2022). Urgensi Teori Hirarki Kebutuhan dari Abraham Maslow Dalam Sebuah Organisasi. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-i*, 9(2), 647–658. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v9i3.25916>

Sutinah, H. R. (2025). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Siswa Pengguna Media Sosial di SMK X Pringsewu. *Jurnal Ilmiah Psikologi (JIPSI)*, 7(1), 33–45.

Widiyanti, Gushevinalti, & Perdana D. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 54–64.

<http://jurnal.utu.ac.id/jsource>

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Grasindo.