

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, M. A. H. (2021). *GAMBARAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA MAHASISWA PEKANBARU*. <https://share.google/GMvHD4C7D3wqiRMar>
- Alfisa Martianto, I., Setyo Iriani, S., & Dwijanto Witjaksono, A. (2023). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 7(3), 2023. <https://compas.co.id/>
- Andini, R. A. Q., & Setiani, T. (2023). *PENGARUH RASIO SOLVABILITAS DAN RASIO AKTIVITAS PERUSAHAAN TERHADAP RASIO PROFITABILITAS PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020 – 2022*. <https://share.google/fGvSR3Dd2FyI7CRCi>
- Anjani, S. E. (2023). *HUBUNGAN HARGA DIRI DAN KONTROL DIRI DENGAN FOMO (FEAR OF MISSING OUT) PADA MAHASISWA PTN DI SEMARANG*. [https://repository.unissula.ac.id/26930/1/30701800010\\_fullpdf.pdf](https://repository.unissula.ac.id/26930/1/30701800010_fullpdf.pdf)
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, Ms. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*. <https://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Damelson, D. (2023). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. TikTok*.
- Fadila, N., Anshari, & Hajrah. (2025). *PENGUNAAN BAHASA GAUL PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK*. *Journal of Applied Linguistics and Literature*, 3(1), 812–824. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JALL/>
- Fauzan, A. A. N. A. (2022). *HUBUNGAN ANTARA Fear Of Missing Out (FOMO) DENGAN KECENDERUNGAN NOMOPHOBIA DI SMA NEGERI 1 PURWODADI*. [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/20687/1/1807016156\\_Silvi%20Eka%20Anjani%20Lengkap%20Tugas%20Akhir%20-%20Fithrotul%20Uyun.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/20687/1/1807016156_Silvi%20Eka%20Anjani%20Lengkap%20Tugas%20Akhir%20-%20Fithrotul%20Uyun.pdf)
- Fauziah, F., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2025a). *PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DENGAN KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI VARIABEL MODERASI*. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(2), 1421–1436. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1478>
- Fauziah, F., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2025b). *PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DENGAN KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI VARIABEL MODERASI*. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(2), 1421–1436. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1478>
- Gea, S. M. fenti, Harefa, P., & Ndraha, A. B. (2023). *Pengaruh Sikap an Budaya Organisasi Terhadap Pelayanan Publik Pada Dinas Perikanan Kota Gunungsioli*. <https://share.google/lwRdYfxJuSNZGubbs>
- Ginting, F., Buulolo, E., & Siagian, E. R. (2019). *IMPLEMENTASI ALGORITMA REGRESI LINEAR SEDERHANA DALAM MEMPREDIKSI BESARAN PENDAPATAN DAERAH (STUDI KASUS: DINAS PENDAPATAN KAB. DELI SERDANG)*. *KOMIK (Konferensi Nasional Teknologi Informasi Dan Komputer)*, 3(1). <https://doi.org/10.30865/komik.v3i1.1602>

- Hadija Difinubun, S., Dominggus Nara, O., & Abdin, M. (2023). ANALISIS PENGARUH SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP ASPEK KINERJA PEKERJA PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG LABORATORIUM TERPADU PENDUKUNG BLOK MASELA UNIVERSITAS PATTIMURA. In *JOURNAL AGREGATE* (Vol. 2, Number 1).
- Hafidh Fauzi, D. (2021). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 2(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6>
- Indriyani, R., Suri, A., & Korespondensi, P. (2020). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MOTIVASI KONSUMEN PADA PRODUK FAST FASHION*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Jailani, Ms., Suriani, N., & Risnita. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Jenita, N. K. S., Astiti, Y. N. P., & Adhika, I. N. R. (2023). *PENGARUH JOB DESCRIPTION, SISTEM KERJA DAN PELATIHAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PEGAWAI PADA DINAS SOSIAL KABUPATEN GIANJAR*. <https://share.google/9wR26eooTDrQtwFPJ>
- Kamila Shafa, T. (2025). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU FEAR OF MISSING OUT(FOMO) PADA SISWA KELAS VIII DI SMPN 16 BANDAR LAMPUNG*.
- Kurniawan, A. D. (2024). *Bab III metode penelitian*. <https://share.google/afQLsu0I1bAiD3W8y>
- Lianawati, L. (n.d.). *perbandingan sosial*.
- Limbert, V. (2023). *BAB II*.
- Mayang Sari, F., Nur Hadiati, R., & Perinduri Sihotang, W. (2023). *Pearson Correlation Analysis of Total Population and Number of Motorized Vehicles in Jambi Province*. 2(1), 2023. <https://doi.org/10.22437/multiproximity.v2i1.25568>
- Purwa, I. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL MENUJU MASYARAKAT CERDAS BERPENGETAHUAN. *MSIP*, 2(1).
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). *MEDIA SOSIAL (DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA)*.
- Qalbi, R., & Umar, U. T. (2025). *PENGARUH FEAR OF MISSING OUT(FoMO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION DI E-COMMERCE PADA KALANGAN GEN Z DI ACEH BARAT* (Vol. 29, Number 1).
- Ragatirta panji, L., & Tiningrum, E. (2020). *PENGARUH ATMOSPHERE STORE, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Rown Division Surakarta)*.
- Rahayu, R. R., Syahbudin, F., & Fitri, A. (2025). Pengaruh E-WoM dan Perilaku FoMO pada Keputusan Pembelian Impulsif Produk Fesyen di Shopee (Studi kasus Anggota KASEI

- Jabodetabek). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 23–33.  
<https://doi.org/10.61111/great.v2i1.847>
- Ramadhani, Y., Ds, R., & Halidy, A. El. (2022a). PENGARUH FoMO, KESENANGAN BERBELANJA DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA DI E-COMMERCE SHOPEE PADA WAKTU HARBOLNAS Oleh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3).
- Ramadhani, Y., Ds, R., & Halidy, A. El. (2022b). PENGARUH FoMO, KESENANGAN BERBELANJA DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA DI E-COMMERCE SHOPEE PADA WAKTU HARBOLNAS Oleh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3).
- RistiaAngesti, A., & Imelda Dian Ika Oriza, dan. (2018). *PERAN FEAR OF MISSING OUT(FOMO) SEBAGAI MEDIATOR*. 2(2), 790–800.
- Sabari, S. (2022). *BAB II KERANGKA TEORI*.
- Salma, G., Asep, |, & Falah, M. (2023). *Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri dan Karakter Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung*. <https://www.kbbi.web.id/mode>
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH*.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). *Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura*.
- Setiadi, A. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*.
- Timang, J., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI FELLOW COFFEE PADA MAHASISWA FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*, 12(4), 391–402.
- Trang, I., & Ogi, I. (2024). INDONESIA KCU MANADO THE INFLUENCE OF WORKING CONDITIONS AND ORGANIZATIONAL CHANGES ON EMPLOYEE WORK BEHAVIOR AT. PT. POS INDONESIA KCU MANADO. *Jurnal EMBA*, 12(1), 1096–1105.
- Wachyuni, S. S., Namira, S., Respati, R. D., & Teviningrum, S. (2024a). FENOMENA FEAR OUT MISSING OUT (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RESTORAN VIRAL KAREN'S DINER JAKARTA. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 13(1), 89–101.  
<https://doi.org/10.52352/jbh.v13i1.1382>
- Wachyuni, S. S., Namira, S., Respati, R. D., & Teviningrum, S. (2024b). FENOMENA FEAR OUT MISSING OUT (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RESTORAN VIRAL KAREN'S DINER JAKARTA. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 13(1), 89–101.  
<https://doi.org/10.52352/jbh.v13i1.1382>
- Wahyuni Purbohastuti Arum. (2017). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI* (Vol. 12, Number 2).

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2).

Yunus, M., Haning, T., Unde, A., & Yusmanizar. (2020). *ANALISIS KARAKTERISTIK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA MAKASSAR*.