

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Mohyi, Andi Lisnawati, Toni Ahmad Subekti, Diah Yulisetiari, Nasaruddin, Bambang Hadi Santoso Dwidjosumarno, Golan Hasan, Fatmasari, M. T. (2026). Manajemen Pemasaran. In *Menara Press Indonesia*.
- Angelina, E., & Agustina. (2025). *HUBUNGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DENGAN PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK VIRAL BLIND BOX DI MEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z*. 10, 346–355.
- Astuti, C. N., & Kusumiati, R. Y. E. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme dengan *Fear of Missing Out* pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2), 245–258. <https://doi.org/10.23887/jibk.v12i2.34086>
- Aswar, N. F. (2025). *Perilaku Konsumen*. Tahta Media Group.
- Azizah, D. U., & Rfikasari, E. F. (2021). *PENGARUH CONTENT MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN @SOUVENIRMURAH_TA DI MASA PANDEMI*. 1(1), 135–146.
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). *Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial*. 4, 1–21.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Progra, IBM SPSS 25. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rayahu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ismanto, W., Munzir, T., Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). *THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON PURCHASE DECISION PENDAHULUAN Pada persaingan bisnis yang ketat ini , perusahaan harus bisa bersaing dan memenangkan persaingan . Perusahaan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan . Agar t. 11, 200–210*.
- Isra Ul Hud, Anthonius J. Karsudjono, D. R. (2021). Pengaruh *Content Marketing* Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 32–40.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran, Pengolahan Data SPSS & Lisrel*. Refika Aditama.
- Kholidah, R., Ramdan, A. M., & Saori, S. (2024). Analisis Social Media Influencer

- Terhadap *Impulse Buying* Melalui *Content Marketing* sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Kosmetik di Indonesia. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 614–623.
- Kumalasari, E., Ramadhan, R., & Aditama, A. (2025). Pengaruh Fomo (*Fear of Missing Out*), Positive Emotion , Dan Shopping Lifestyle Terhadap *Impulse Buying* di Tiktok Shop (Survei Pada Mahasiswa di Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 933–949.
- Lestari, R. A. (2025). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulsive Buying pada Generasi Muda: Studi Empiris pada Penggemar Merchandise K-Pop*.
- Manafe, L. A., Wibowo, B. S., Nugroho, D. C., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2022). Menelusuri pembelian impulsif: dampak belanja hedonis, gaya hidup belanja, dan pengiriman gratis di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 23–38.
- Misbahul Jannah, N. M. (2023). MANAJEMEN REKRUTMEN DAN SELEKSI GURU BAHASA ARAB DI PONDOK TAHFIDZ PUTRI DARUL MUBARAK CURUP (DMC). *Jurnal Manajemen Dewantara*, 7(1), 52–59.
- Morgan, Jayachandran, & Hulland. (2022). *Marketing Performance Assessment and Accountability: Process and Outcomes Introduction*.
- Mufti, R. D. W., & Hariyanto, D. (2025). Pengaruh *Content Marketing* di Tiktok dan FOMO (*Fear of Missing Out*) terhadap *Impulsive Buying* pada Mahasiswa UMSIDA The Influence of *Content Marketing* on Tiktok and FOMO (*Fear of Missing Out*) on *Impulsive Buying* Among UMSIDA Students. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14(1), 68–79.
- Pangastuti, N. R. D., & Kusumaningtyas, D. (2025). Pengaruh FOMO (*Fear of Missing Out*), Flash Sale , Live Stream Shopping terhadap *Impulsive Buying* pada Konsumen Lip Produk di Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 22(2), 33–44.
- Purwanto, Y., Sahetapy, L., Management, P. B., Manajemen, P. S., Bisnis, F., & Siwalankerto, J. (2022). PENGARUH *CONTENT MARKETING* PADA BRAND SKINCARE SOMETHINC. *AGORA*, 10(1).
- POP MART International Group Limited. (2026). Annual Report 2025. Hong Kong Stock Exchange.
- Reken, F., Suprihartini, L., Masliardi, A., Kadek, N., & Hariyanti, D. (2024). *PENGANTAR ILMU MANAJEMEN PEMASARAN*. CV. Gita Lentera.
- Rinonce, E. M., & Jannah, M. (2024). Kecenderungan Online *Impulsive Buying* ditinjau dari Jenis Kelamin Online *Impulsive Buying* Tendencies in Terms of Gender Abstrak. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(01), 156–164.
- Rofiq, M. Q., Setyorini, T. D., & Lekahena, F. (2024). *Self Esteem and Impulsive Buying: Study on Online Shopping Behavior Self Esteem dan Perilaku*

- Pembelian Impulsif: Mempelajari perilaku pembelian online*. 12(1), 66–71.
- Sani, P., Lestari, S. P., & Asyiah, A. K. (2024). The Effect Of *Fear of Missing Out* (FOMO) And Viral Marketing On Consumer Shopee Purchasing Decisions In Generation Z In Tasikmalaya City. *Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(2), 139–154.
- Santoso, A. S. A., Yassa, I. W. R. W., Dyah, Putri, A., & Ningsih, N. A. A. (2021). The Impact of *Fear of Missing Out* on Self-Confidence Among Generation Z in the Social Media Era. *Jurnal Biologi Tropis*.
- Santri, Amanda, N. W., A, & B. (2024). Pengaruh *Content Marketing* Dan Citra Merek Melalui Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tea Break Di Surabaya. *MUSYTARI: Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(7), 11. <https://doi.org/doi:https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Sari, F. R., & Sanistasya, P. A. (2025). Pengaruh Flash Sale , FOMO dan Digital Financial Literacy Terhadap Impulsive Buying. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 6(4). <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i4.7363>
- Sari, I., Wijayanto, G., Widayatsari, A., Studi, P., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Riau, U. (2025). SOCIAL MEDIA CONTENT ON TIKTOK MODERATES THE EFFECT OF *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) ON *IMPULSE BUYING* OF SCARLETT BODYCARE PRODUCTS IN PEKANBARU CITY KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK MEMODERASI PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODU. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8, 1602–1619.
- Sarrascalao, D. D. (2021). *Analisis Perilaku Impulse Buying dalam E-Commerce Perspektif Bisnis Syariah*. 2012. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i2.1645>
- Solikha, W., & Adi, H. (2025). Pengaruh FOMO, Shopping Lifestyle , dan Positive Emotion terhadap *Impulse Buying* pada Pengguna TikTok Shop. *Journal of Business Economics and Management*, 02(02), 2043–2050.
- Stefani, H. M. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANITARY MEREK ONDA. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 7(2), 318–328.
- Sudirman, A., Harahab, E. D. A. D. F., Abdurrahman, S. | A. W., & Sayuti, B. H. R. R. P. J. P. M. S. Z. G. N. J. A. Y. D. G. M. (2024). Manajemen Pemasaran Berbasis Pelanggan. In CV. *MEDIA SAINS INDONESIA*.
- Sugiyono. (2017). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D. In *Alfabeta* (25th ed.).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2021). *MANAJEMEN KEUANGAN TEORI, APLIKASI DAN HASIL PENELITIAN* (Cetakan Pe).
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. UIRPRESS.

- Taswiyah. (2022). *Mengantisipasi Gejala Fear of Missing Out (FoMO) Terhadap Dampak Social Global 4 . 0 dan 5 . 0 Melalui Subjective Weel-Being dan Joy of Missing Out (JoMO)* Taswiyah. 8(1), 103–119.
- Tondang, K. J., & Dwita, V. (2025). PENGARUH FEAR OF MISSING OUT(FOMO) DAN VIRAL MARKETING TERHADAP IMPULSIVE BUYING DI TIKTOK SHOP PADA GENERASI Z DI KOTA PADANG DENGAN BRAND PASSION MEDIASI. *COSTING: Jurnal of Economic, Business and Accounting*, 8, 1090–1106.
- Tresna, I. C., Usman, I., Siswono, T., & Rachmah, N. (2025). *Fear of Missing Out (FOMO) in Consumer Behaviour: A Systematic Literature Review on Antecedents , Consequences , and Moderating Factors*. 10, 626–639.
- Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). Fashion Involvement, Shopping Lifestyle Dan Pembelian Impulsif Produk Fashion. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 33–40. <https://doi.org/10.29080/jpp.v11i1.350>
- Valentina, F., Sutianingsih, S., Nurbaiti, A. D., & Putri, P. (2024). *Strategi Live Streaming , Content Marketing , dan Online Customer Reviews untuk Mengoptimalkan Keputusan Pembelian Konsumen*. 1(1).
- Worldwide, J. (2012). *Fear of Missing Out (FOMO)*.
- Wuri Hermayanti, A., & Susantiaji, A. (2022). Analisis Pembelian Impulsif di Pasar Modern Kota Tegal Pada Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal MONEX*, 01, 49–60.
- Xia, F., Xu, Y., Zhang, H., & Yuan, X. (2025). *The effect of doll blind box uncertainty on consumers ' irrational consumption behavior : the role of instant gratification , Gambler ' s fallacy , and perceived scarcity*.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing: Journal of Sriwijaya Community Services. *Pembuatan Content Marketing : Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96.
- Yustanti, Yn. vera, Ariska, Y. I., & Ervina, R. (2022). Dampak Tagline “Gratis Ongkos Kirim” dan Program Flash Sale pada Marketplace Shoppe untuk Mendorong Impulsive Buying secara Online. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 109–120. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2005>
- Yusuf, M., Haryanto, C., Husainah, N., & Nuraeni. (2023). *Teori Manajemen* (J. Mardian (ed.); Cetakan Pe).
- Yuwono, D. S., & Sudradjat, R. H. (2025). Influence of Influencer Marketing , E-Wom on Timephoria Purchase Decisions Via Tiktok , Mediated by Fomo. *Journal of Universal Studies*, 5(11), 13838–13853.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.