

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Nur, Burhanuddin Burhanuddin, Ilma Wulansari Hasdiansa, Isma Azis Riu, and Rahmat Riwayat Abadi. 2025. “Pengaruh Fear Of Missing Out (FoMO) Terhadap Impulsive Buying Dengan Product Uniqueness Sebagai Variabel Moderating Pada Pembelian Album Korean Pop (K-Pop) Di Kalangan Penggemar Korean Pop (Kpopers) Kota Makassar.” *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 5(1): 585–601.
- Aris Ariyanto, Rejeki Bangun, Muhamad Rifqi Min Indillah, Maya Ariyanti Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, Dienni Ruhjatini Sholihah, Defin Shahrial Putra Euis Widiati, Purna Irawan, Susiana Dewi Ratih, R. Suryanti Ismail, and John Budiman Bancin. Amrin Mulia Utama, Syahputra. 2023. Widina Bhakti Persada Bandung *Manajemen Pemasaran*.
- Baekhaqi, K S. 2024. “Pengaruh Fear Of Missing Out, Shopping Lifestyle, Dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pada Generasi Z (Studi Kasus Konsumen Tokopedia Di Kabupaten” : 44–56.
[http://etheses.uingusdur.ac.id/9022/%0Ahttp://etheses.uingusdur.ac.id/9022/1/4120042_COVER_BAB I DAN BAB V.pdf](http://etheses.uingusdur.ac.id/9022/%0Ahttp://etheses.uingusdur.ac.id/9022/1/4120042_COVER_BAB%20I%20DAN%20BAB%20V.pdf).
- Beris, A N; Edwards. 2012. “No Title39–37: 66 עלון הנטע מצב.” ענף הקיווי: תמונת מצב.
- Felicia, Vike. 2022. “Pengaruh Celebrity Endorse Di Instagram Dan Hedonic Motives Terhadap Impulsive Buying Pada Produk Fashion Di Surabaya.” *Performa* 6(5): 468–77. doi:10.37715/jp.v6i5.2564.
- Fiorel Canzie Gazela, Renny Dwijayanti. 2025. “Pengaruh Fomo (Fear of Missing Out) Terhadap Pembelian Impulsif Platform Tiktok Shop Pada Mahasiswa Pendidikan.” *NOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 5: 5769.
- Harlan, Johan. 2018. “Analisis Linear Sederhana.” *Analisis regresi linear*: 1–129.
http://lppm.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2017/05/Buku-Ajar_Dasar-Dasar-Statistik-Penelitian.pdf.

- Hasim, Michael, and Retno Budi Lestari. 2022. "Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* 12(1): 59–69.
- Hayati, Sri, and Lalu Andre Saputra. 2023. "Hayati, S., & Saputra, L. A. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Jaya Anugrah. *Business Management*, 2(1), 49–53. <https://doi.org/10.58258/Bisnis.V2i1.5430>." *Business Management* 2(1): 49–53.
- Heriyanto. 2023. "Adaptasi Sosial SDN 1 Pineleng Menghadapi Dampak Covid-19 Berupa Metode Sekunder." *Journal ilmiah society* 3(1): 1–7. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/8077>.
- Impulsif, Pembelian. 2024. "Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorsement Dan Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif."
- Kewirausahaan, D A N Pendidikan. "Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI) MINAT BERWIRAUSAHA DI ERA SOCIETY 5 . 0 : PERAN LOCUS OF CONTROL."
- Laksmiari. 2019. "Bab II Kajian Pustaka Dan Kerangka Pemikiran." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (2017): 9–29.
- Lombogia, S C, W J F A Tumbuan, R T Saerang, and Willem J F Alfa Tumbuan. 2024. "THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT AND CONTENT MARKETING ON PURCHASE INTENTION OF SKINTIFIC PRODUCTS AT TIKTOK SHOP PENGARUH SELEBRITI ENDORSEMENT DAN PEMASARAN KONTEN TERHADAP MINAT BELI Jurnal EMBA Vol . 12 No . 03 Oktober 2024 , Hal . 1677-1687." *Jurnal EMBA* 12(03): 1677–87.
- No Title.
- Persada, S N. 2022. "Pengaruh Celebrity Endorse Terhadap Impulsive Buying Pada Generasi Milenial Di Banjarmasin." *Jurnal Al-Husna* 3(3): 211–22. doi:10.18592/jah.v3i3.4419.

- Perwithasari, Resy, Sena Atmaja, and Aprilia Kartini. 2023. "Potongan Harga Terhadap Impulse Buying." *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis* 5(2): 216–26.
- Putri, Azka Dhianti, Ahman Ahman, Rahma Sayyida Hilmia, Salwa Almaliyah, and Sidik Permana. 2023. "Pengaplikasian Uji T Dalam Penelitian Eksperimen." *Jurnal Lebesgue : Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika dan Statistika* 4(3): 1978–87. doi:10.46306/lb.v4i3.527.
- Rahma, Nova, Dwi Pangastuti, and Dian Kusumaningtyas. "Pengaruh FOMO (Fear of Missing Out), Flash Sale , Live Stream Shopping Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Lip Produk Di TikTok Shop." : 33–44.
- Roliyanah, Tesalonika, Wirawan Widjanarko, Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, and Matdio Siahaan. 2024. "Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Fear Of Missing Out, Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Produk Miniso Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 2(8): 223–34. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.2242>.
- Sirait, Laoly Pratiwi, and Afrindo. 2021. "Metode Penelitian." *Repository STEI. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*: 45.
- Soleha, Siti Rahmaniatun, and H Junaidi Sagir. 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(ALEXANDRIA 5): 34. doi:10.29303/alexandria.v5iSpecialIssue.604.
- Sriningsih, Mega, Djoni Hatidja, and Jantje D Prang. 2018. "Multicollinierity Handling Using Principal Components Refression on Imported Rice Case in North Sulawesi Province." *Statmat : Jurnal Statistika Dan Matematika* 18(01): 18–24.
- Yam, Jim Hoy, and Ruhayat Taufik. 2021. "Hipotesis Penelitian Kuantitatif." *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi* 3(2): 96–102.

doi:10.33592/perspektif.v3i2.1540.

Zahroh, Roudhotuz, and Tri Sudarwanto. 2021. “Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hypermart Royal Plaza Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9(1): 1111–17.
<https://bit.ly/3jU9U4e>.