

## DAFTAR PUSTAKA

- Alt, D., Boniel-Nissim, M., & Segev, I. (2024). *Fear of missing out, social media engagement, and well-being*. *Computers in Human Behavior*.
- Amirullah. (2022). *Perilaku konsumen dan pengambilan keputusan pembelian*. *Akademika: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*, 20(2), 169–175.
- Anggraeni, W. A. (2021). *Manajemen pemasaran*. Pekalongan: PT Natasya Expanding Management.
- Asian Development Bank. (2021). *E-commerce development in Indonesia: Opportunities and challenges*. Asian Development Bank.
- Christy, A. (2023). *Pengaruh live streaming commerce terhadap keputusan pembelian konsumen e-commerce*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 6(2), 85–96.
- Devica, R. (2020). *Pengaruh flash sale terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 112–121.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2021). *Online social media fatigue and fear of missing out*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59.
- Ependi, U., & Pahlevi, M. (2021). *Pengaruh flash sale terhadap minat beli konsumen pada marketplace online*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 3(2), 87–96.
- He, Y. (2023). *The role of product information transparency in shaping rational purchase decisions*. *Journal of Marketing Analytics*, 11(2), 134–145.
- Isa, M., et al. (2020). *Perilaku konsumen dalam perspektif kognitif, afektif, dan sosial*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 112–123.
- Jiang, Y. (2022). *Emotional marketing and impulse buying behavior in digital commerce*. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(4), 789–801.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lesmana, N. (2022). *Target pasar, perilaku pembelian, dan permintaan konsumen*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 5(3).

- Ma, Y., Liu, Y., & Wang, S. (2023). *The effects of perceived risk, safety, and information sources on consumers' participation in the sharing economy: Evidence from tourism services*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 1–10.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Menganalisis Penelitian*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga.
- Mahmud, H. (2022). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian pendidikan agama Islam*. Indonesia: Yayasan Pendidikan Uluwiyah.
- Martianto, I., Iriani, S., & Witjaksono, A. (2023). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385.
- Mazlum, M., & Atalay, A. (2022). Fear of missing out (FoMO) and its emotional consequences on consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology and Marketing Studies*, 5(2), 101–113.
- Miftahul. (2023). Pengaruh live streaming dan flash sale terhadap keputusan pembelian. *Journal of Business and Economics Management*.
- 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)*
- Nassè, T. B. (2021). *How and why extrinsic religiosity fashions Muslim consumer behavior in a multi-faith geography*. *American Journal of Marketing Research*, 7(1), 1–9.
- Opresnik, M. O., & Hollensen, S. (2020). *Marketing mix*. Springer.
- Pratiwi, A., & Rahmasari, L. (2023). Fear of missing out dan perilaku konsumsi digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Purnamasari, D., Suryani, A., & Wibowo, A. (2021). Pengaruh emosi dan promosi penjualan terhadap impulse buying pada konsumen ritel. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 23–34.

- Purwanto, E. (2023). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian spontan. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 4(1), 77–83.
- Putra, I. G. N. A., Yasa, N. N. K., & Rahyuda, I. K. (2022). Pengaruh promosi penjualan dan hedonic shopping motivation terhadap impulse buying. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(2), 285–304.
- Putri, N. A., & Iriani, S. S. (2022). Pengaruh flash sale dan diskon terhadap impulse buying pada pengguna Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 45–56.
- Putri, R. A., & Hidayat, A. (2021). Konsep pemasaran dalam meningkatkan kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 85–94.
- Putri, R. D., Pradana, M., & Sari, D. P. (2023). Pengaruh live streaming commerce terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 5(1), 15–26.
- Rahardjo, W., & Mulyani, I. (2021). Fear of missing out dan penggunaan media sosial pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Sosial*.
- Rahmawati, L., et al. (2024). FoMO sebagai determinan perilaku konsumen digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*.
- Rahayu, S., & Hidayat, R. (2023). Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Gemilang*, 8(2), 45–54.
- Raule, J. H., & Nurhayati, N. (2024). *Manajemen pemasaran*. Medan: PT Media Penerbit Indonesia.
- Santoso, A., Wulandari, D., & Pratama, R. A. (2021). Fear of Missing Out (FoMO) dan konformitas sosial pada pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi dan Perilaku Sosial*, 5(1), 21–32.
- Sari, D. P., & Wijaya, T. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 101–110. (Jurnal ini mengutip konsep keputusan pembelian dari Assael)
- Siddik, D. A., Rashid, M., & Rahman, M. (2020). Fear of missing out (FoMO): A systematic review and its implications on consumer behavior. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 6(2), 701–712.

- Sonny, S., et al. (2021). *Dinamika perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 55–66.
- Sudarsono. (2020). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sudirjo, F. (2024). Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–56.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (ed. 28). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (ed. 30). Bandung: Alfabeta.
- Syaputra, R., Putri, D. A., & Ramadhan, M. F. (2024). Pengaruh live streaming shopping terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform e-commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 3(1), 45–54.
- Taswiyah, N. (2022). Strategi coping terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi dan Kesejahteraan Mental*, 6(2), 134–145.
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 101111. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.101111>.
- Usman, M., Rahmawati, D., & Hidayat, R. (2024). Live streaming sebagai strategi pemasaran digital dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 7(1), 41–52.
- Wulandari, A. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) dan perilaku penggunaan smartphone pada generasi muda. *Jurnal Psikologi Perilaku*, 12(1), 45–56.