

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, A. R., & Sukaris, S. (2024). The Influence of Live Streaming, Fear of Missing Out (FoMO), and E-WOM on Purchase Decisions in TikTok Shop. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(6), 2677–2686. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.2958>
- Amelia, R., Hou, A., Harianto, A., & Razaq, M. R. (2025). Media Sosial , FOMO , dan Niat Beli : Sebuah Studi Kuantitatif Pada E-Commerce (Studi Kasus pada Mahasiswa LP3M Medan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri*, 5. <https://doi.org/10.36908/jimpa>
- Anna, W., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan pembelian konsumen* (M. P. Dr. Fitri Rezeki, S.Pd. (ed.)). PT Kimshafi Alung Cipta. <http://repository.ipwija.ac.id/5125/3/2024-20240530-Buku> Keputusan Pembelian Konsumen-May 2024.pdf
- Bahri, Syaiful. (2018). Metodologi penelitian bisnis lengkap dengan teknik pengolahan data SPSS.
- Enjelina, R., & Masnita, Y. (2024). Fenomena Live Streaming Shopping guna Meningkatkan Impulsive Buying Intention dalam E-commerce: Kajian SOR. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 1913–1923. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4951>
- Fadhilla, M. A. (2024). *The influence of tiktok shop live streaming and product quality on purchasing decisions with e-trust as meditation (Study on no void minds)*. <https://elibrary.unikom.ac.id/>
- Fitriyani, P., Dahmiri, & Bhayangkari, S. K. W. (2025). Pengaruh Live Streaming Tiktok Dan Fomo (Fear of Missing Out) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fast Fashion Pada Generasi Z Di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 13(2).
- Haeruddin, M. I. W. (2023). *The consumptive behavior of the millennial generation in kota Makassar*.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In Sage.
- Hermawan, Ilhan Hafizh. 2024). Pengaruh online customer review, online customer rating, dan service quality terhadap purchase intention dengan mediasi trust pada konsumen di e-commerce shopee.
- Hou, J., & Chen, J. (2023). Research on the Impact of E-commerce Live Broadcast on Consumer Purchase Behavior under Perceived Value. *E3S Web of Conferences*, 409. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202340905007>
- Indonesia, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). Suerveo penetrasi internet dan perilaku pengguna internet 2025.
- Irza, Novia Aishwarya. Hasman, H. C. P. (2024). Pengaruh Fomo Terhadap

- Impulse Buying Saat Live Streaming pada Pengguna Shopee di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23).
- Kotler, P. (2021). Marketing 5.0 Technology for Humanity. In *ペインクリニック学会 治療指針 2*.
- Lim, Chelsea., Genoviene et al. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Keputusan Pembelian Donut of Curiosity. *Jurnal hospitality dan pariwisata*.
- Magfirah, Anggia., Mardhiyah, Zahrina. (2025). Fear of Missing Out (FOMO) in University Student Social Media Users : How Does It Correlate With Emotional Intelligence ?. *ANIMA Indonesian Psychological Journal*.
- Maula, Diana. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna Tiktok Mahasiswi Tadris Ips Uin Syarif Hidayatullah Jakarta Skripsi.
- Mutmainna, N., Hasbiah, S., Haeruddin, M. I. W., Musa, C. I., & Hasdiansa, I. W. (2024). Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Platform Tiktok. *Revenue Manuscript*. <https://doi.org/10.63068/revenue.v2i1.33>
- Nur Wahida, Burnuddin., Muhammadd Ilham Wardhana Haeruddin et al. (2024). Pengaruh Fear Of Missing Out Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote. *EBISMAN eBisnis Manajemen*.
- Okky Novianto, Harsono Teguh Santoso, Rina Dewi, Bambang Karnain, Sugiharto Sugiharto, & Achmad Daengs GS. (2024). Analisis 5 (Lima) Tahapan Proses Keputusan Pembelian Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Universitas 45 Surabaya Dalam Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1). <https://doi.org/10.30640/jumma45.v3i1.2308>
- Permana, E., Harnovinsah, H., Sela Sarmila, & Della Amelia. (2025). Analisis Penjualan Produk Skincare Somethinc melalui Live Streaming pada Platform Digital TikTok. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4). <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i4.8532>
- Purwaningtyas, Syifami., Ghofur, Ruslan Abdul., Ermawati, Liya. (2024). Pengaruh Content Marketing, Fear of Missing Out (Fomo) dan Product Quality Terhadap Purchase Decision Produk Skincare Daviena dalam Perspektif Bisnis Islam. *ProBusiness:Management Journal*.
- Rosiqin, K., & Setiyo Pambudi, B. (2025). YUME : Journal of Management The Influence of Scarcity Marketing, Urgency Marketing, and Interactivity in Live Streaming on Impulsive Buying through Fear of Missing Out (FOMO) as a Mediating Variable in TikTok Live Shopping Consumers. *YUME : Journal of Management*, 8(1).
- Setiawan, A. R. S. (2025). *Pengaruh FOMO (Fear of missing out), user generated content, dan live streaming terhadap keputusan pembelian di tiktok shop pada mahasiswa Universitas Semarang*.

- Sofyani, Hafiez. (2025). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Tondang, K. J. D. vidyarini. (2025). The effect of fear of missing out (FOMO) and viral marketing on impulsive buying in tiktok shop on generation Z in padang city with brand passion mediation. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 208.
- Windakirana, A. putri, Samari, & Raharjo, I. B. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out (Fomo), Live Streaming , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada E-Commerce Dikalangan Gen Z. *Simposium Manajemen Dan Bisnis IV*, 4.
- Zulkarnaen, Z., & Hermawan, A. (2025). Social Commerce 2.0: TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital. *Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2). <https://doi.org/10.61132/rimba.v3i2.1791>