

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, K. A. (2021). Pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku impulsif, Fakultas Psikologi UMP, 2021.
- Aldianita, Nityadhira, and Anastasia Sri Maryatmi. "Hubungan kontrol diri dan perilaku impulsif dengan nomophobia pada remaja pengguna instagram di kelas XI IPS SMAN 31 Jakarta Timur." *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora* 3.3 (2019): 188-196.
- Arisandy, D. (2017). Kontrol diri ditinjau dari impulsive buying pada belanja online. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 11(2), 63-74.
- Aryani, D, A. (2024) pengaruh literasi keuangan dan tingkat overused financial technology payment terhadap perilaku konsumtif generasi z di kabupaten karawang. *SI thesis*, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Asyifa, A, H., Hidayah, K & Haryanto, C, H. (2024). Pengaruh *fear of missing out* (fomo) terhadap pembelian impulsif online food delivery pada generasi z. *Jurnal bimbingan konseling dan psikologi*. 7 (2)
- Azalika, E. Iqbal, M. & Susanti Y. (2025). Pengaruh fomo dan konformitas teman sebaya terhadap pembelian impulsif pada e-commerce tiktok dengan emotional shopping sebagai variabel mediasi dalam perspektif bisnis islam (Studi pada Gen Z pengguna E-commerce Tiktok di Bandar Lampung)
- Azwar, S. (2018). Metode penelitian psikologi (2 ed). Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Azwar, Saifuddin. (2019). *Konstruksi tes kemampuan kognitif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang. (2025, Februari). Kabupaten Karawang Dalam Angka 2025. Diakses pada 26 Juni 2025, dari <https://karawangkab.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/627a549169a6ff0ea5c94ae0/kabupaten-karawang-dalam-angka-2025.html>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang. (2024, Februari). Kabupaten Karawang Dalam Angka 2024.
- Cahyadi, A. (2021). Gambaran fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) pada generasi Z di kalangan mahasiswa. *Widya Warta*, 2.
- Çelik, I. K., Eru, O., & Cop, R. (2019). The Effects of Consumers' FoMo Tendencies On Impulse Buying and The Effects of Impulse Buying on Post-Purchase Regret: An investigation on Retail Stores*. *BRAIN. Broad*

Research in Artificial Intelligence and Neuroscience, 10(3), 124–138

- Damayanti, M. R., & Sagoro, E. M. (2024). Pengaruh perilaku *fear of missing out* dan kemudahan penggunaan terhadap impulsive buying pada pengguna e-commerce dengan selfcontrol sebagai variabel moderasi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 22(2), 66-77.
- Deliana, S. R., Afifah, N., Listiana, E., & Shalahuddin, A. (2024). *The influence of fear of missing out (FoMO) and hedonism on online impulse buying in Generation Z Shopee users with subjective norm and attitude as mediation variables*. 7(1), 206–216.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center, 17(1), 1-7.
- Firdaus, D., & Yusuf, U. (2018). Hubungan antara Self Esteem dengan Impulsive Buying (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi yang berbelanja Melalui Instagram). *Prosiding Psikologi*. 4(1), Hal 40.
- Firamadhina, R, I, F., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi z terhadap penggunaan media sosial tiktok TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Social Work Jurnal*. 10 (2)
- Firmansyah, A, R., & Fikriah, L, N. (2024). Impulsif di Era Digital: Attitude sebagai Mediasi Pengaruh FoMO dan Hedonisme terhadap *Impulse Buying*. *Journal of Economics and Business Aseanomics*. 9(2)
- Handayani, E. S., & Haryadi, R. (2022). Korelasi Kepribadian *Fear Missing Out* Terhadap Adiksi Impulsive Online Buying Di Masa Pandemi Pada Anak dan Remaja. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(3), 761–768. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.439>
- Hadion , dkk. (2020). Generasi Z dan Revolusi Industri 4.0. Banyumas : Pena Persada Redaksi.
- Iklimah, M., Noviekayati, I. G. A. A., & Ananta, A. (2023). Fear Of Missing Out Dengan Konformitas Pada Generasi Z. *JIWA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(2).
- Imaddudin, I. (2020). *Fear of Missing Out (FoMO) Dan Konsep Diri Generasi-Z: Ditinjau Dari Aspek Komunikasi*. Journalism, Public Relation And Media Communication Studies Journal (*Jprmedcom*), 2(1), 24-39.
- Kristanti, A, S., & Eva, N. (2022). *Self-esteem dan Self-disclosure* Generasi Z Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*. 13(1).

- Kasimin, P. D. P. (2015). Effect Of Discounts, Sales Promotion And Merchandising On Impulse Buying At Toko Intan Purwokerto. *Journal Of Management*, 1(1).
- Manafe, A, L., Wibowo, S, B., & Nugroho, C, D. (2025) Menelusuri pembelian impulsif: dampak belanja hedonis, gaya hidup belanja, dan pengiriman gratis di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1)
- Marhumi. (2024) pengaruh e-commerce terhadap perilaku impulsive buying pada generasi z di kota purwakarta. : *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6)
- Maria, M. M., & Putra, E. (2023). Analisis Perbandingan Terhadap Keputusan Pemilihan Penggunaan Aplikasi Shopee Dan Tiktok Shop. *Prosiding CORISINDO 2023*.
- Muharsih, Lania. (2025). Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif pada Konsumen Belanja Online di Jakarta. (Disertasi Doktorat, Universitas Persada Indonesia Y.A.I.).
- Meilani, K., & Tobing, D. H. (2023). Dampak Konformitas Teman Sebaya pada Remaja: Systematic review. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2544-2559.
- Muharam, M, G., Sulistiya, D., Sari, N., Fahmy, Z., & Zikrinawati, K. (2023). Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Kota Semarang (Studi Pada Konsumen TikTok Shop). *Experimental Student Experiences*. 1(8)
- Myers, D. (1999). *Social Psychology: Sixth Edition*. USA: McGraw-Hill Companies. Inc.
- Panggabean, N. C., & Brahmana, K. M. B. (2021). Pengaruh Kecenderungan *Fear of Missing Out (FoMO)* pada Generasi Milenial (Gen Z) di Indonesia. Southeast Asia Psychology Research Institute (dalam bentuk studi kepustakaan).
- Puspitasari, D., Argiati, B, H, S., & Putrianti, G, F. (2022). *Impulsive Buying* Ditinjau dari Kontrol Diri pada Mahasiswi Penggemar K-Pop di Yogyakarta. *JoPS: Journal of Psychology Students*. 1(2). 1-7
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion 16 Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 98-108.
- Priyanti, D., & Silaen, S. M. J. (2018). Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Merokok Siswa kelas X

- SMA Negeri 70 Jakarta. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 100-108.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHan, C. R., & Gladwell, V.(2013). Motivational, Emotional and Behavioural Correlates of Fear of Missing Out. *Computer in human behavior*. 29(4) : 1841- 1848.
- Rofiq. Q. M., Setyorini. D. Th., & Lekahena. F. (2024) Self Esteem and Impulsive Buying: Study on Online Shopping Behavior Self Esteem dan Perilaku Pembelian Impulsif: Mempelajari perilaku pembelian online. *Jurnal Ilmiah Psikologi*. 12(1)
- Sahidin, M., & Insan, I. (2022). Pengaruh Konformitas Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Baru 2021 di asrama Universitas Teknonologi Sumbawa. *Jurnal Psimawa*, 5(2), 109–114.
- Sartika, M., & Yandri, H. (2019). Pengaruh Layanan Bimbingan Kelompok Terhadap Konformitas Teman Sebaya. *Indonesian Journal of Counseling & Development*, 1(01), 9–17.
- Setiawan, E. A., Musslifah, A. R., & Putri, D. R. (2024). *HUBUNGAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN PERILAKU BULLYING PADA REMAJA AKHIR* (Doctoral dissertation, Unversitas Sahid Surakarta).
- Sholikhah, M., and Dhini, R. D., (2017) "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Pembelian Impulsif Universitas Muria Kudus." *Psikovidya*, 43-49
- Sidarsi. K. P., & Putra, K, E, S., (2024) pengaruh konformitas teman sebaya dan shopping lifestyle terhadap pembelian impulsif produk skincare pada mahasiswi pengguna Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6 (2).
- Situngkir, R. B. G., & Wibowo, D. H. (2021). Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan kenakalan remaja. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(3).
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistianti, A, R., & Sugiarta, N., (2022) Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok). *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*. 6 (1)

- Sulistiowati, H., & Widodo, P. B. (2015). Stres dan kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswa universitas Diponegoro. *Jurnal empati*, 4(4), 32-37.
- Tanriady, I., & Septina, F. (2022). Pengaruh E-Wom dan Sales Promotion Terhadap Impulsive Buying Produk Fashion di Shopee pada Mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.35914/jemma.v5i1.800>
- Ulfa, W. S., & Fikriyah, K. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 106–118. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n2.p106-118>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. G. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1), 71-83. DOI: 10.1002/per.423
- Viranti, D. N., & Aji, H. M., (2022). Antecedent dari Niat Menggunakan TikTok : Studi Kasus Pada Muslim Gen Z di Indonesia Antecedent of the Intention To Use TikTok. *Manajemen Dan Usahawan*, 45(1), 1–15
- Widodo, M. S. (2023). Exploring Consumers' Impulse buying Behavior on Social Commerce Platforms: The Role of Fear of Missing Out (A Study on Tiktok Livestream-Selling). In 20th International Symposium on Management (INSYMA 2023) (pp. 377- 384). Atlantis Press.
- Widodo, M. S. (2024). Pengaruh fomo dan sales promotion terhadap impulse buying, dengan gender sebagai variabel moderasi. *Jurnal Bisnis Terapan*
- Krisno, W., (2022). Data Statistik Jumlah Pengguna TikTok. Dipstrategy.Co.Id. <https://dipstrategy.co.id/blog/data-statistik-jumlah-pengguna-tiktok-april-2022-lengkap/>
- Yusra, M, A., & Napitupulu, L., (2022). “Hubungan regulasi diri dengan *fear of missing out* (fomo) pada mahasiswa.” *Journal of Islamic and Contemporary Psychology (JICOP)*. 2(2)
- Zeta, A, N., Najib, M., Permana, E., & Sinaga, L. (2025). Analisis perilaku belanja impulsif Gen Z di TikTok Shop. *Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 3(3), 274–284. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i3.1968>