

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, Ahmad Rifqi, and Sukaris Sukaris. 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): 2677–86. doi:10.37641/jimkes.v12i6.2958.
- Alfi Antika, and Lu' Lu Ul Maknunah. 2023. "Pengaruh Konten Marketing Terhadap Minat Beli Pengguna Tik Tok Shop." *Jurnal Sadewa : Publikasi Ilmu Pendidikan, Pembelajaran dan Ilmu Sosial* 1(3): 11–22. doi:10.61132/sadewa.v1i3.34.
- Alvando, S. R., & Maspufah, H. (2025). The Effect Of Work Environment, Work Discipline, Work Motivation, Compensation, And Work Load On Employee Performance At Cv Aneka Jaya Jember: English. *Journal of Management*, 4(1).
- Cut Tamara Falajunah, and Ratih Hendayani. 2024. "Pengaruh FOMO (Fear of Missing out) By Tiktok Influencer Terhadap Minat Beli Produk Scarlett." *Economic Reviews Journal* 3(2): 1096–1110. doi:10.56709/mrj.v3i2.340.
- Djollong, Andi Fitriani. 2014. "Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantiative Research)." *Istiqra'* 2(1): 86–100.
- Fitrianingsih, Ananda, Syamsul Bachri, Muzakir, and Farid. 2025. "Pengaruh Content Marketing Dan Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Purchase Decision Produk Skin1004 Yang Dimediasi Oleh Fear of Missing out (FoMO) (Studi Kasus Pada Gen Z Di Kota Palu)." *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 6(1): 167–87.

doi:10.37631/ebisma.v6i1.1830.

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.

8th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Herlina, Julia Loisa, and Teady Matius. 2021. “Pengaruh Model Promosi Flash Sale

Terhadap Minat Pembeli Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online.”

JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen Ekonomi & Akuntansi) 5(2): 1637–52.

Holidah, sitti, Fitriani, Hidayat Lukman. 2025. “3 1,2,3.” 6(7): 651–645.

“[Https://Malaqbipublisher.Com/Index.Php/JIMBE](https://Malaqbipublisher.Com/Index.Php/JIMBE).” 2024. 1(6): 199–212.

Izzuddin, Ahmad, and Muhammad Muhsin. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk,

Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Jurnal*

Manajemen Dan Bisnis Indonesia 6(1): 72–78. doi:10.32528/jmbi.v6i1.3536.

Khafidah, Farichatul, Muhafidhah Novie, Laily Muzdalifah, Edit Rachma,

Universitas Nahdlatul, and Ulama Sidoarjo. 2025. “Jurnal Darma Agung

PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN FEAR OF MISSING

OUT (FOMO) TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK

SKINCARE VIRAL MELALUI EMOSI POSITIF STUDI KASUS GEN- Z

SIDOARJO Dan Fear Of Missing Out (Fomo) T Erhadap” (April): 1–20.

Mahabatul Hidayah 11, Mirzam Arqy Ahmadi 22. 2025. “PENGARUH FLASH

SALE , GRATIS ONKGIR , DAN VIRAL MARKETING TERHADAP

IMPLUSIF BUYING PADA E- COMMERCE TIKTOK SHOP.” 6(1): 127–

36.

Maharani, Shabira, and I Made Bayu Dirgantara. 2023. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Immersion Saat Live Streaming Syaria Shopping Serta Pengaruhnya Kepada Minat Pembelian (Studi Pada Social Commerce Tik Tok Indonesia)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(2): 2942. doi:10.29040/jiei.v9i2.9854.

MARSYANDA PUTRI KAMADE.2022. 2016. "No Title No Title No Title." 33: 1–23.

Muharam, Gaiska Meindieta, Dewi Sulistiya, Novita Sari, Zulfa Fahmy, and Khairani Zikrinawati. 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)." *Jurnal Sunan Doe* 1(8): 2985–3877. <https://jurnal.institutsunandoe.ac.id/index.php/ESE>.

Norhilaliah, and Eka Santi Agustina. 2024. "Pengaruh Program Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Pengguna Tiktok Shop." *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga* 6(1): 51–57. <https://ejurnal.stiaamuntai.ac.id/index.php/inovatif/article/view/367>.

Norhilaliah, Eka Santi Agustina. 2024. "PENGARUH PROGRAM FLASH SALE DAN CASHBACK TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP (The Influence Of Flash Sale And Cashback Programs On Impulsive Buying Behavior Among Tiktok Shop Users)." *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga* 6(1): 51–57.

Novitasari, Novitasari, and Mia Andika Sari. 2020. "Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Online Di Marketplace."

Ekonomi & Bisnis 18(2): 97–108. doi:10.32722/eb.v18i2.2490.

Nur, Muh, Ali Khoirun, Sekar Nining, P Tyas, and Ahmad Yani. 2024.

“PENGARUH LIVE STREAMING , ONLINE REVIEW CUSTOMER DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI TIKTOK SHOP (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamongan).” (1): 50–60.

“Pengaruh Content Marketing Of Tiktok Dan E-Wom Terhadap Brand Awareness

Dan Minat Beli Produk Umkm Sektor Kuliner Di Kabupaten Pasuruan.” 2022.

JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan) 6(2).

doi:10.29408/jpek.v6i2.6336.

Ratna Gumilang, Risa, Ai Sumiati, and Aris Tresnadi. 2024. “Pengaruh Flash Sale

Dan Live Streaming Terhadap Impulse Buying Behavior Pada Platform

TikTok.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 15(3): 479–88.

doi:10.32670/coopetition.v15i3.4813.

Rosita, Rahmi, and Evalina Darlin. 2024. “Pengaruh Kualitas Konten Tik Tok

Terhadap Customer Engagement Pada Customer Queensha.” *Jurnal Lentera*

Bisnis 13(2): 1061–71. doi:10.34127/jrlab.v13i2.1129.

Soleha, Faridatus, Mohammad Rizal, and Nanik Wahyuningtiyas. 2024. “Vol. 13.

No. 01 ISSN : 2302-7061.” *E-Jurnal Riset Manajemen* 13(01): 627–38.

Sorongan, D Y S, M V J Tielung, and A B H Jan. 2024. “Pengaruh Fear of Missing

Out , Trend Fashion Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Crocs Di

Manado Town Square.” *Jurnal EMBA* 12(3): 1036–47.

Suharsirni. 2017. PT Bumi Aksara. *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta.

Sundari, A, and MUHNURALIK NASIKHIN. 2024. "... TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI TIKTOK SHOP (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamongan): PENGARUH LIVE STREAMING, ONLINE" *Applied Research in ...* (1): 50–60.
<https://unkartur.ac.id/journal/index.php/arimbi/article/view/297%0Ahttps://unkartur.ac.id/journal/index.php/arimbi/article/download/297/235>.

Swift, D. A. 1981. "The Electrical Discharge." *Contemporary Physics* 22(1): 37–60. doi:10.1080/00107518108231514.

Tarigan, A., & Lumika, C. K. (2024). Pengaruh Content terhadap Minat Beli dan Loyalitas Konsumen pada Produk Fashion dengan Influencer Sebagai Mediasi pada Shopee. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(2), 1235-1250.

Zalzalalah, Guruh Ghifar, and Deka Febriyanto. 2023. "Pengaruh Kualitas Informasi, Celebrity Endorsement, Dan Sikap Konsumen Pada Program Flash Sale Terhadap Minat Beli Di Aplikasi Tiktok." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* 13(1): 234. doi:10.30588/jmp.v13i1.1453.

