

DAFTAR PUSAKA

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behaviour*. McGraw-hill education (UK).
- Anggraini, T. S., Hak, N., Yustati, H., Islam, U., Fatmawati, N., & Bengkulu, S. (2025). Self-control and fomo toward purchasing behavior. *Journal of Social Science*, 5(1), 41–59.
- Aprillia, M. D., Ramadhina, S. T., & Sijabat, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Self Control Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(7), 715–727.
- Asyifa, H. A., Hidayah, K., & Haryanto, H. C. (2024). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) terhadap Pembelian Implusif Online Food Delivery pada Generasi Z. *Jurnal Consulenza: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 7(2), 44–56.
- Aulya, R. P., & Santoso, R. A. (2025). *The Influence of Fear of Missing Out , Locus of Control , and Financial Literacy on Financial Management Among Students at Muhammadiyah University Gresik Pengaruh Fear Of Missing Out , Locus Of Control , Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Finansia*. 6(6), 993–1003.
- Azalika, E., Iqbal, M., & Susanti, Y. (2025). PENGARUH FOMO DAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TEHADAP 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). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(5), 1143–1158.
- Batubara, M., Putri, M., & Hrp, M. R. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1).
- Defi Kurniawati, A., & Medina Amalia, J. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out dan Financial Literacy terhadap Impulse Buying pada Generasi Z. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 12.
- Dewanto, P., & Dahesihsari, R. (2025). International Journal of Business, Economics and Social Development Impulsive Buying Tendency among Emerging Adults Using Pay Later on E-Commerce Platforms. *International Journal of Business, Economics and Social Development*, 6(1), 146–158. <https://journal.rescollacomm.com/index.php/ijbesd/index>
- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan self control ditinjau dari perilaku impulsive buying terhadap produk fashion pada mahasiswa. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 1–19.

- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.
- Fahlevi, R., Elsa, E., & Sinambela, F. A. (2025). Perilaku Penggunaan Dompot Digital Oleh Konsumen Generasi Z Saat Berwisata. *Jurnal Ekuilnomi*, 7(1), 139–147.
- Faradiba, E., Sumarsono, H., & Wahyuningsih, D. W. (2023). THE INFLUENCE OF SELF CONTROL, HEDONIC MOTIVATION AND LIFESTYLE ON IMPULSIVE BUYING IN SHOPEE E-COMMERCE USERS. *Dynamic Management Journal*, 7(4), 591–602.
- Fauziah, S. N., Prayitno, P. H., & Wahyono, H. (2023). The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Consumptive Behavior with Paylater as a Mediating Variable. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 66–78.
- Fitriani, D. (2023). Pengaruh Fitur Shopee Paylater Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Goldfried, M. R., & Merbaum, M. (1973). *Behavior change through self-control*. Holt, Rinehart & Winston.
- Golman, D. (1999). Working with Emotional Intelligence: Kecerdasan Emosi untuk Mencapai Puncak Prestasi (penerjemah Alex Tri Kantjo Widodo). *Gramedia Pustaka Utama*.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021a). An introduction to structural equation modeling. In *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: a workbook* (pp. 1–29). Springer.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021b). Partial Least (PLS-SEM) Using R Equation Modeling Squares Structural. In *Springer* (Vol. 30, Issue 1).
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021c). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.
- Hatimatunnisani, H., Aryanti, S. S., Pancawati, K., Sutrisno, K. E., & Hermawan, W. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan FOMO Finansial Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN (EKO-BISMA)*, 3(2), 313–320.
- Herlindawati, D. (2015). Pengaruh kontrol diri, jenis kelamin, dan pendapatan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(2), 158–169.
- Hidayah, I., Aliyah, I., & Akademik, P. (2023). HUBUNGAN FEAR OF MISSING

OUT (FoMO) DENGAN KECENDERUNGAN IMPULSIVE BUYING PADA PENGGUNA LIVE SHOPPING TIKTOK. *Jurnal Psikologi Dan Bimbingan Konseling*, 1(1), 1–8.

Jannah, M., Magdalena, M., Isfaatun, E., Sukmarani, W., & Utomo, S. A. S. M. (2024). PENGARUH SELF CONTROL DAN FINANCIAL ATTITUDE TERHADAP FINANCIAL BEHAVIOR PENGGUNA LAYANAN BUY NOW PAY LATER. *Prosiding Seminar SeNTIK*, 8(1), 73–80.

Kahneman, D. (2011). Fast and slow thinking. *Allen Lane and Penguin Books*, New York.

Khoirunnisa, R. A., & Purnamasari, P. E. (2024). Literasi Keuangan Memoderasi Hubungan FOMO, Love of Money, dan Self Control terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal E-Bis*, 8(2), 724–739.

Kock, N. (2023). *Using logistic regression in PLS-SEM : Dichotomous endogenous variables*. 4(October), 1–6.

Kurniawan, T. R. S. (2024). *PENGARUH FINANCIAL LITERACY, FAMILY FINANCIAL EDUCATION, IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi)*. UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.

Maulida, A. Z. (2019). *Pengaruh self-control, daya tarik iklan dan kerentanan dampak interpersonal terhadap online impulsive buying produk fashion pada wanita yang telah menikah*. Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Maysitoh, M., Ifdil, I., & Ardi, Z. (2020). Fomo (fear of missing out) tendency in millennials. *Journal of Counseling, Education and Society*, 1(1), 1–4.

Mustikasari, A., & Septina, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Impulsive Buying, Dan Pengendalian Diri Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Ciputra. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 8(2), 48–54. <https://doi.org/10.29407/jae.v8i2.20179>

Mutia, I., & Manjaleni, R. (2025). Pengaruh Fashion influencer TikTok dan Pembayaran Paylater Terhadap Impulsivitas Konsumtif di Kalangan Generasi Z (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Teknologi Digital). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 5(1), 30–38.

OJK. (2024). OJK Tingkatkan Literasi Keuangan Masyarakat. *Otoritas Jasa Keuangan*, 48.

Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). Pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif belanja online pada karyawan department store. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), 466495.

Parung, V. S., Pagiu, C., & Rambulangi, A. C. (2024). Pengaruh Pengetahuan

Keuangan, Gaya Hidup, Media Sosial, dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *Journal of Tax and Business*, 5(1), 143–152.

Prosad, J. M., Kapoor, S., & Sengupta, J. (2015). Theory of behavioral finance. In *Handbook of research on behavioral finance and investment strategies: decision making in the financial industry* (pp. 1–24). IGI Global Scientific Publishing.

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.

Putri, S. C. R., & Fahmawati, Z. N. (2024). Pengaruh Self Control Dan Fear Of Missing Out (FOMO) Terhadap Adiksi Media Sosial Pada Generasi Z. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Dan Konseling Islam*, 7(2), 449–464.

Ramadhana, R. T., & Prasetyo, B. (2025). Indonesia Economic Journal. *Indonesia Economic Jurnal*, 1(2), 635–664.

Ricciardi, V., & Simon, H. K. (2000). What is behavioral finance? *Business, Education & Technology Journal*, 2(2), 1–9.

Salmaa Hasna Ghaniyah, & Popy Rufaidah. (2024). The Impact of Fear of Missing Out on Impulsive Buying: A Study on the Twin Date Shopee Event in Indonesia. *International Journal of Business Studies*, 8(3), 220–232.

Singh, P., Sharma, B. K., Arora, L., & Bhatt, V. (2023). Measuring social media impact on Impulse Buying Behavior. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2262371.

Sugiyono. (2019). *N Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Cetakan Ke-2)*. Bandung: Alfabeta.

Suprianto, A., Pongoliu, Y. I., & Ishak, I. M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Self Control dan Implusive Buying Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kmi-Balut. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2.1).

Syandana, D. A., & Dhania, D. R. (2024). Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dan gaya hidup hedonis dengan impulsive buying pada mahasiswa pengguna e-commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 691–705.

Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. WW Norton & Company.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View by Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, Fred D. Davis :: SSRN. *MIS Quarterly*,

- 27(3), 425–478.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3375136
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2800121
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.), 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Wibowo, B. S., & Haryokusumo, D. (2020). Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-commerce, Sosial Media Instagram dan Digital Marketing terhadap keputusan Instant Online Buying Konsumen Generasi Millenial. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2).
- Wulandari, W. (2018). The effects of self control to impulsive buying in buying fashion products on boarding students. *International Journal for Social Studies*, 4(8), 19–25. <https://edupediapublications.org/journals>
- Yulianto, M. D., Anggraeni, M. D., Alviasari, A., Wicaksono, M. A., Maya, M., Amelia, R., & Rozak, R. W. A. (2024). *Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) di Media Sosial terhadap Kesehatan Keuangan Generasi Z. JUBIKIN: Jurnal Bisnis Kreatif dan Inovatif*, 2 (2), 80-88.
- Yuliati, S. D. A. & A. (2025). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi) ANALISIS PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY , FINANCIAL SELF EFFICACY , SELF CONTROL DAN IMPULSIVE BUYING TERHADAP*. 14(2), 878–889.