

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Suga, T. (n.d.). Hubungan Antara *Fear Of Missing Out* (Fomo) Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya (Unesa).
- Ajzen. (n.d.). From Intentions to Actions: *A Theory of Planned Behavior* IcekAjzen.
- Alexander, R., & Pamungkas, A. (2019). admin,+10.+Robin+Alexander. <https://Journal.Untar.Ac.Id/Index.Php/JMDK/Article/View/2798/1721>.
- Arifah Normawati, R., Mangesti Rahayu, S., Worokinasih, S., & Arifah Normawati Sri Mangesti Rahayu Saparila Worokinasih, R. (2022). *Financial Satisfaction On Millennials: Examining The Relationship Between Financial Knowledge, Digital Financial Knowledge, Financial Attitude, And Financial Behavior*. *Journal of Applied Management (JAM)*, 20(2). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020>
- Belle, R., Manihuruk, R., & Lubis, T. A. (2022). Analisis Pengaruh *Financial Knowledge, Financial Attitude, Gaya Hidup Terhadap Financial Management Behaviour* Dengan *Locus Of Control* Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 11(01).
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students*. 7(2), 107–128.
- Darim, A. (2020). Manajemen Perilaku Organisasi Dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia Yang Kompeten. In *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam e-ISSN: On Process (Vol. 1)*.
- Dewanti, V. P., & Asandimitra, N. (n.d.). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya Pengaruh *Financial Socialization, Financial Knowledge, Financial Experience Terhadap Financial Management Behavior*. In *Jurnal Ilmu Manajemen (Vol. 9)*.
- Dilasari, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh *Financial Literacy, Life Style, Locus Of Control* Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02). <https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.671>
- Dwi Anggraini, R., Amanda Pasca Rini, R., & Saragih, S. (2023). Perilaku Konsumtif Pada Wanita Pengguna Produk Kecantikan: Apakah Berhubungan Dengan Fear Of Missing Out Dan Citra Tubuh? (Issue 1).
- Gerrans, P., Abisekaraj, S. B., & Liu, Z. (Frank). (2023). *The fear of missing out on cryptocurrency and stock investments: Direct and indirect effects of financial literacy and risk tolerance*. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, 1(1), 103–137. <https://doi.org/10.1017/flw.2023.6>

- Gupta, M., & Sharma, A. (2021). *Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. World Journal of Clinical Cases*, 9(19), 4881–4889. <https://doi.org/10.12998/wjcc.v9.i19.4881>
- Hafsyah, A. H., & Artikel, H. (n.d.). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi *Online (E-Commerce)*. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2012). *Structural Equation Modeling*. www.ptipu.blogspot.com
- Herdjiono, I., & Damanik, A. (n.d.). Pengaruh *Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income* Terhadap *Financial Management Behavior*.
- Ilyas, M., Moeljadi, & Djawahir, A. H. (2022). *The effect of financial knowledge and financial well-being on investment intention mediated by financial attitude. International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 10(8), 175–188. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i8.1530>
- Imawati, I., Susilaningsih, & Ivada, E. (2012). Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran. *Jupe UNS*, 2(1).
- Indrabayu, A., & Destiwati, R. (2022). *The Influence Of Intrapersonal Communication And Fear Of Missing Out On Hedonism In Generation Z In Denpasar*. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Islami, Z. (2020). Pengaruh Fear Of Missing Out, Kontrol Diri, Narsisme, Dan Strategi Koping Terhadap Adiksi Media Sosial Pada Mahasiswa Di JABODETABEK.
- Joseph F. Hair Jr., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, & Soumya Ray. (2021). *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R AAWorkbook*. <http://www.>
- Kanserina Jurusan Pendidikan Ekonomi, D., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015 (Vol. 5).
- Khabiba, C. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Teman Sebaya, Dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2017.
- Martinez, R., & Masron, I. N. (2020). *Jakarta: A city of cities. Cities*, 106. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102868>
- Miftahul Janna, N., & Pembimbing, D. (n.d.). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS.
- Nasution, L. (2017). *Statistik Deskriptif*.

- Nurlaela, A. (2014). Peranan Lingkungan Sebagai Sumber Pembelajaran Geografi Dalam Menumbuhkan Sikap Dan Perilaku Keuangan Peserta Didik. *Jurnal Gea*, 14(1).
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). *Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies*. In *Journal of Applied Psychology* (Vol. 88, Issue 5, pp. 879–903). <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Pramedi, & Asandimitra. (2021). 13154-Article Text-45257-1-10-20210630. *Ilmu Manajemen*, 9(2). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/13154/pdf>
- Prihastuty, D. R., & Rahayuningsih, S. (2018). Pengaruh *Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude*, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Jurnal.Untag-Sby.Ac.Id/Index.Php/Jhp17*, 03(02), 121–134.
- Putri, E. (2023). Pengaruh *Love Of Money, Fomo* & Pengendalian Diri Terhadap *Personal Financial Planning* Generasi Z Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi.
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *Journal Accounting and Finance*, 3(1).
- Ristati, Zulham, & Sutriani. (2022). 11524-27872-1-PB. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(3), 576–589.
- Rozaini, N., & Sitohang, A. (2020). Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 6(2), 1–8.
- Safitri, A. F., & Rinaldi, R. (2023). Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Pembeli Barang Diskon Aplikasi Shopee. *AHKAM*, 2(4), 727–737. <https://doi.org/10.58578/ahkam.v2i4.1987>
- Saputri, N. D. M., Raneo, A. P., & Muthia, F. (2023). *The FoMO Phenomenon: Impact on Investment Intentions in Millennial Generation with Financial Literacy as Moderation*. *Owner*, 7(3), 2590–2597. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1619>
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). *Implusive Buying* Pada Mahasiswa Di Banda Aceh (Vol. 2, Issue 2).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sumartono, & Djabar, H. B. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta. <https://books.google.co.id/books?id=H9mVNAAACAAJ>
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>

- Wijaya, O. S., Ary, D., & Pamungkas, S. (n.d.). Olivia dan Ary: Pengaruh *Financial Attitude, Financial Behavior, Financial Knowledge*, dan *Risk Tolerance* terhadap *Financial Satisfaction*.
- Wirasukessa, K., & Sanica, G. (2023). *Fear Of Missing Out* Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif *Millennials*: Peran Mediasi *Subjective Norm* Dan *Attitude*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(1).
- Xiao, J. J., & O'Neill, B. (2016). *Consumer financial education and financial capability*. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 712–721. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12285>

