DAFTAR PUSTAKA

Ananta, S., Selia, M., Puriani, R., & Putri, R. (2025). FoMO dan Konsumerisme : Studi Tentang Pembelian. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *3*(5). https://doi.org/10.62281

Astuti, C. N. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme dengan Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, *12*(2), 245–258. https://doi.org/10.23887/jibk.v12i2.34086

Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*. Pustaka Pelajar.

Batubara, J. R. (2010). Adolescent Development (Perkembangan Remaja). *Sari Pediatri*, *12*(1), 21. https://doi.org/10.14238/sp12.1.2010.21-9

Fathadhika, S., & Afriani. (2018). Social Media Engagement Sebagai Mediator Antara Fear of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja. *Journal of Psychological Science and Profession*, *2*(3), 208–215. https://doi.org/10.24198/jpsp.v2i3.18741

Ghinarahima, C. N., & Idulfilastri, R. M. (2024). Peran FoMO sebagai Mediator pada Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Skincare. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *4*, 4316–4329.

Habib, M., & Qayyum, A. (2018). Cognitive Emotion Theory and Emotion-Action Tendency in Online Impulsive Buying Behavior. *Journal of Management Sciences*, *5*(1), 86–99. https://doi.org/10.20547/jms.2014.1805105

Hakiki, R. K., & Yasmin, M. (2023). Hubungan Impulsive Buying dengan Post-Purchase Regret Produk Make Up secara Online pada Pegawai Wanita. *Jurnal Riset Psikologi*, *6*(3), 145. https://doi.org/10.24036/jrp.v6i3.15159

Handasah, R. (2018). Pengaruh Kematangan emosi terhadap Agresivitas Dimediasi oleh Kontrol Diri pada Siswa SMA Negeri di Kota Malang. *Happines*, *2*(2).

Handayani, P. (2025). *Tren Skincare Terkini: Apa Brand Favorit Gen Z dan Milenial?* Populix. https://info.populix.co/articles/tren-skincare/

Hurlock, E. B. (2009). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (edisi ke-5)*. Erlangga.

Ihsan, H. (2015). Validitas Isi Alat Uukur Penelitian: Konsep Dan Panduan Penilaiannya. *PEDAGOGIA Jurnal Ilmu Pendidikan*, *13*(3), 173. https://doi.org/10.17509/pedagogia.v13i3.6004

Isroani, F., Syahruddin, M., Qurtubi, A., Pebriana, P., Rahmatia, A., Yuwansyah, Y., Refnil, Muhammad, A., Kessi, F., & Aminah. (2023). *Psikologi Perkembangan*. Mitra Cendekia Media.

Johan, M. Y., Saragih, S., & Haque, S. A. U. (2023). Kecenderungan impulsive buying produk kecantikan: Bagaimana persepsi pengguna media sosial terhadap beauty influencer? *INNER: Journal of Psychological Research*, *3*(3), 441–450.

Ling, P., & Yazdanifard, R. (2015). What Internal and External Factors Influence Impulsive Buying Behavior in online Shopping? *Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal Publisher: Global Journals Inc*, *15*(5).

Liu, X., Liu, T., Zhou, Z., & Wan, F. (2023). The Effect of Fear of Missing Out on Mental Health: Differences in Different Solitude Behaviors. *BMC Psychology*, *11*(1), 1–8. https://doi.org/10.1186/s40359-023-01184-5

Zai, Y., Nur, R., & Hafiza, S. (2025). The Effect of Discount Flash Sale on Online Impulsive Buying of Mercubaktijaya University Students at Shopee Marketplace. *Journal La Bisecoman*, *6*(1), 85–100. https://doi.org/10.37899/journallabisecoman.v6i1.1942

Maknun, L., Mufidah, W., & Nursanti, E. (2022). Fear of Missing Out (FoMO) Pada Remaja Pengguna Instagram. *IDEA : Jurnal Psikologi*, *6*(1), 61–74.

Mertaningrum, N. L. P. E., Giantari, I. G. A. K., Ekawati, N. W., & Setiawan, P. Y. (2023). Perilaku Belanja Impulsif Secara Online. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *12*(3), 605–616. https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.70463

Mukaromah, M., Zulva, T. N. I., Malida, O. N., & Oktafia, Y. (2021). Analisis Psikopatologi Kecenderungan Impulsive Buying pada Salah Satu Mahasiswa Universitas Negeri Semarang (Psychopathological analysis of the tendency of impulsive buying to one of Universitas Negeri Semarang students)". *Jurnal Anak Usia Dini Holistik Integratif (AUDHI)*, *3*(1), 31.

Muhamad, N. (2025). *Survei: mayoritas anak muda RI pakai produk skincare dalam negeri*. Katadata. https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/6824465f2ae1d/survei-mayoritas-anak-muda-ri-pakai-produk-skincare-dalam-negeri

Mutiara Erika, N., & Argasiam, B. (2023). Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja Putri di Smp Nasima Semarang Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis. *Jurnal IMAGE Universitas AKI Semarang*, *03*(2), 2023.

Pramita, A., Fatchiya, A., & Puspita, D. R. (2023). Tingkat Penggunaan E-wallet pada Remaja Perkotaan dan Pedesaan. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, *7*(2), 275–282. https://doi.org/10.29244/jskpm.v7i2.1144

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. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014

Putri, N. L. D. M. E., Sulhaini, & Saufi, A. (2024). The Effect of Fear of Missing Out on Impulse Buying in the Context of S-Commerce. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, *11*(7), 401–407. http://ijmmu.comhttp//dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v11i7.5942

Raharjo, S. (2021a). *Cara Melakukan Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's dengan SPSS*. SPSS Indonesia. https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.

Raharjo, S. (2021b). *Cara melakukan Uji Validitas Product Moment dengan SPSS*. SPSS Indonesia. https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.

Reasearh, G. V. (2023). *Skincare Market Size, Share & Trends Analysis Report by Product Type, by Distribution Channel, by region, and Segment Forecasts, 2023 - 2030*. Grand View Research. https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/skincare-market

Rodrigues, I., Lopes, P., & Varela, M. (2019). Factors Affecting Impulse Buying Behavior of Consumers. *Journal of Advertising Research*, *59*(1), 27–39. https://doi.org/10.2501/JAR-2018-031

Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Indigo Media.

Santrock, J. W. (2019). *Adolescence*.

Subhaktiyasa, P. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research*, *5*(4), 5599–5609.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Suhandoko, A. R., Mulyadi, D., Pertiwi, S., & Sandi, H. (2025). *Pengaruh Gaya Hidup dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare pada Remaja SMAN 5 Karawang*. *7*(3), 327–337.

Syafebti, D., Afriyenti, L. U., & Fitriyana, R. (2023). Kontrol Diri dan Impulsive Buying pada Remaja Penggemar K-POP. *SOUL: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *15*(1), 50–59.

Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, *15*(1 SUPPL.). https://doi.org/10.1002/per.423

Well, T. (2024). *The Teen Skincare Craze and Its Impact on Mental Health*. Psychology Today. https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-clarity/202409/the-teen-skincare-craze-and-its-impact-on-mental-health