

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN *FEAR OF MISSING OUT*
DENGAN PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* GENERASI Z PENGGUNA
E-COMMERCE DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Studi S-1
Psikologi (S.Psi)



Fanira Firdianingsih

11010121017

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Hubungan antara Kontrol Diri dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) dengan Perilaku *Impulsive Buying* pada Generasi Z Pengguna *E-Commerce* di Kota Surabaya” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Menurut pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 14 Juni 2025



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fanira Firdianingsih'.

Fanira Firdianingsih

HALAMAN PERSETUJUAN**SKRIPSI**

Hubungan antara Kontrol Diri dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) dengan
Perilaku *Impulsive Buying* pada Generasi Z Pengguna *E-Commerce* di Surabaya

Oleh:

Fanira Firdianingsih
11010121017

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi.

Surabaya, 14 Juni 2025
Dosen Pembimbing,



Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag
NIP. 1972092719960032002

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)
DENGAN PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA GENERASI Z PENGGUNA
E-COMMERCE DI KOTA SURABAYA**

Yang disusun oleh
Fanira Firdianingsih
11010121017

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada Tanggal 18 Juni 2025



Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

Dr. Khoirun Niam
197007251996031004

Susunan Tim Penguji
Penguji I

Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag.
NIP. 197209271996032002

Penguji II

Prof. Dr. Abdul Muhid, M.Si
NIP. 197502052003121002

Penguji III

Muhammad Syifaul Muntafi, M.Sc.
NIP. 199211142020121016

Penguji IV

Herliyana Isnaeni, M.Psi, Psikolog
NIP. 198210292023212020



LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI
KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FANIRA FIRDIANINGSIH
NIM : 11010121017
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan/Psikologi
E-mail address : fanirafr@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Hubungan Antara Kontrol Diri Dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Dengan Perilaku

Impulsive Buying Pada Generasi Z Pengguna E-Commerce Di Kota Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 1 Agustus 2025

Penulis

Fanira Firdianingsih

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Kontrol Diri dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) dengan perilaku *Impulsive Buying* pada generasi Z pengguna *e-commerce* di Kota Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang telah diuji. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang menghasilkan 385 responden Generasi Z pengguna *platform e-commerce* di Surabaya. Ada tiga instrumen yang digunakan, yaitu *Impulsive Buying Tendency Scale* (IBTS), *Self-control Scale* (SCS), dan *Fear Of Missing Out Scale* (FOMOS). Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap *Impulsive Buying* pada Generasi Z pengguna *e-commerce* di Kota Surabaya.

Kata Kunci : *Impulsive Buying*, Kontrol Diri, *Fear Of Missing Out*, Generasi Z

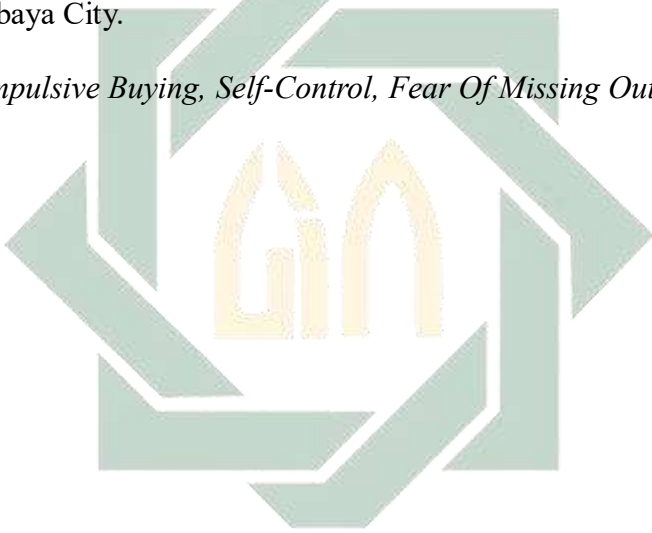


UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between Self-Control and Fear Of Missing Out (FOMO) with Impulsive Buying behavior in Generation Z e-commerce users in Surabaya City. This research method uses quantitative with data collection through a questionnaire that has been tested. Sampling was carried out using a purposive sampling technique which resulted in 385 Generation Z respondents who are e-commerce platform users in Surabaya. There are three instruments used, namely the Impulsive Buying Tendency Scale (IBTS), Self-control Scale (SCS), and Fear Of Missing Out Scale (FOMOS). Furthermore, the data was analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The results of this study indicate that there is a significant relationship between self-control and Fear Of Missing Out (FOMO) on Impulsive Buying in Generation Z e-commerce users in Surabaya City.

Keywords: Impulsive Buying, Self-Control, Fear Of Missing Out, Generation Z

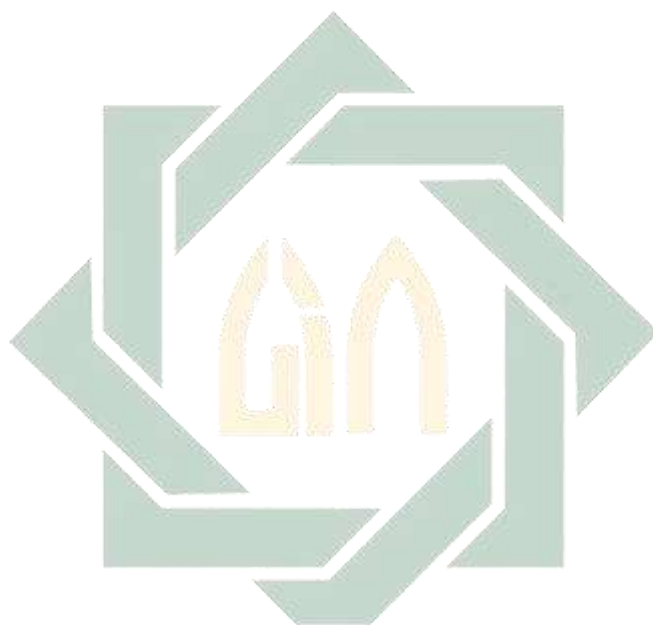


UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
INTISARI.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Keaslian Penelitian	11
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA	15
A. <i>Impulsive Buying</i>	15
B. Kontrol Diri.....	22
C. <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO).....	26
D. Generasi Z.....	32
E. Kerangka Teori.....	33
F. Hipotesis	36
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
A. Variabel dan Definisi Variabel	38

B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	39
C. Rancangan Penelitian	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Validitas dan Reliabilitas	48
F. Analisis Data.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	93



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Tabel

Tabel 3 1 Blue Print Impulsive Buying Tendency Scale (IBTS).....	44
Tabel 3 2 Blue Print Self Control Scale (SCS).....	46
Tabel 3 3 Blue Print Fear Of Missing Out Scale (FOMOS).	47
Tabel 3 4 Hasil Uji Validitas Impulsive Buying Tendency Scale (IBTS)	48
Tabel 3 5 Hasil Uji Validitas Self-Control Scale (SCS).....	49
Tabel 3 6 Hasil Uji Validitas Fear Of Missing Out Scale (FOMOS).....	50
Tabel 3 7 Hasil Uji Reliabilitas Impulsive Buying Tendency Scale	51
Tabel 3 8 Hasil Uji Realibilitas Self-Control Scale (SCS).....	51
Tabel 3 9 Hasil Uji Realibilitas Fear Of Missing Out Scale (FOMOS).....	52
Tabel 3 10 Rumus Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 3 11 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 3 12 Hasil Uji Heteroskedasitas	55
Tabel 3 13 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4 1 Hasil Klasifikasi Data Demografis	58
Tabel 4 2 Pedoman Hasil Pengukuran	60
Tabel 4 3 Kategorisasi Variabel	61
Tabel 4 4 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Impulsive Buying	62
Tabel 4 5 Tabulasi Silang Usia dengan Impulsive Buying.....	63
Tabel 4 6 Tabulasi Silang Aplikasi E-commerce dengan Impulsive Buying	64
Tabel 4 7 Tabulasi Silang Jumlah Pembelian dengan Impulsive Buying	65
Tabel 4 8 Tabulasi Silang Kontrol Diri dengan Impulsive Buying	66
Tabel 4 9 Tabulasi Silang Fear Of Missing Out dengan Impulsive Buying	67
Tabel 4 10 Hasil Uji T X1 ke Y	69
Tabel 4 11 Hasil Uji T X2 ke Y	69
Tabel 4 12 Hasil Uji T X1 dan X2 ke Y	70
Tabel 4 13 Hasil Uji F X1 ke Y	71
Tabel 4 14 Hasil Uji F X2 ke Y	71
Tabel 4 15 Hasil Uji F X1 dan X2 ke Y	72
Tabel 4 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 ke Y.....	73
Tabel 4 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi X2 ke Y.....	73
Tabel 4 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 dan X2 ke Y	74

Daftar Gambar

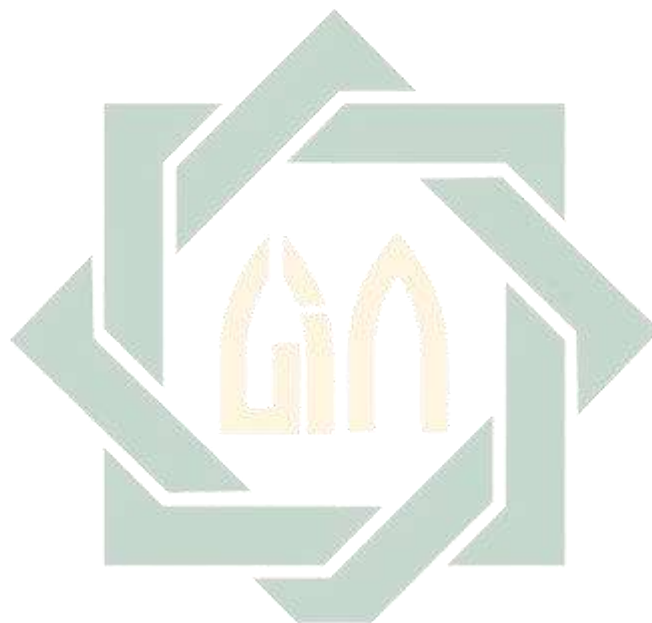
Gambar 2 1 Kerangka Teori	36
---------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Skala Kuesioner	94
Lampiran 2 Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas	99
Lampiran 3 Output SPSS Uji Prasyarat Regresi Berganda	101
Lampiran 4 Output SPSS Data Demografis dan Kategorisasi Variabel.....	102
Lampiran 5 Output SPSS Tabulasi Silang.....	104
Lampiran 6 Output SPSS Hasil Analisis Regresi Berganda.....	106
Lampiran 7 Kategorisasi Partisipan	109
Lampiran 8 Hasil Kuesioner.....	117



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adityara, S., & Rakhman, R. T. (2019). Karakteristik Generasi Z dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual. *Semina Nasional Seni Dan Desain: "Reinvensi Budaya Visual Nusantara," September*, 401–406.
- Agustina, T., Liputo, M. A., & Putra, I. (2024). Pengaruh fomo, sales promotion dan e-wom terhadap impulsive buying pada pengguna situs online shop. *Journal On Teacher Education*, 6, 19–28. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jote/article/view/31257/2472>
- Aini, A. I., & Niha, A. (2021). Impulse Buying Behavior Santri Perspektif Masalah Imam Al-Ghazali. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 12(1), 17–33. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v12i1.1174>
- Aisyah, A. N. (2023). HUBUNGAN FoMO (Fear of Missing Out) DAN KEPUASAN HIDUP DENGAN KECENDERUNGAN ADIKSI MEDIA SOSIAL PADA PENGGUNA TIKTOK DI SURABAYA. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Aji, W. T., Rosiana, M., Musida, A. A., & Wahyuni, F. (2025). *Hidup Demi Eksistensi dan Validasi di Tengah Tren FOMO Sosial Media Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta , Indonesia Universitas Nahdhatul Ulama Mataram , Indonesia Universitas Islam Negeri Mataram , Indonesia setiap orang untuk membangun da. 3.*
- Almasyhari, A. K., Sukesti, F., Sari, Y. P., & Ismi, G. (2024). *EDUKASI MASYARAKAT DALAM MENGENALI IMPULSIVE BUYING DI ERA DIGITAL EKONOMI Article History : 4(2)*, 165–182.
- Aminah, A., & Nurhasanah, L. (2023). Perilaku Impulsive Buying Gen-Z dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Lab*, 7(02), 122–136. <https://doi.org/10.33507/lab.v7i02.1776>
- Ananda Khoirunisa Putri Fauzi. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 02(1), 1–8. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/11000>
- Anastasya, Y. A., Safarina, N. A., & Safuwan, S. (2021). Hubungan antara Manajemen Waktu dengan Kecenderungan FoMO selama Pandemi COVID-19 pada Ibu Bekerja. *Jurnal Diversita*, 7(1), 36–42. <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.4530>
- Anggraini, W., Dewi, R., & Astuti, W. (2023). Kontrol Diri pada Remaja Pengguna Tik Tok. *INSIGHT: Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(2), 96–103.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

- Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). *PELATIHAN PENGUJIAN HIPOTESIS STATISTIKA DASAR DENGAN SOFTWARE R*. 2(2), 25–32.
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2020). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2020(1), 1–11.
- Aqidah, atul. (2023). ANALISIS PERILAKU KONSUMSI IMPULSIVE BUYING REMAJA GEN-Z PADA MARKETPLACE SHOPEE LIVE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UNZAH). *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 2774–5570.
- Ardhi, S. B., Istifari, K. M., & Saraswati, M. E. (2023). *Motivational Analysis of Acceptance of Impulsive Buying Behavior Gen Z in Surabaya (Study on Twin Date Event Shopee Platform) Analisis Motivasi Penerimaan Perilaku Impulsive Buying Gen Z di Surabaya (Studi Tanggal Kembar Pada Platform Shopee)*. 1(2), 178–196.
- Asyida, M. Z., & Ahmadi, M. A. (2025). *Pengaruh Fomo (Fear of Missing Out) Terhadap Impulse Buying pada Suatu Produk Fashion di Marketplace (Tokopedia)*. 2(1).
- Aurana Zahro El Hasbi¹, Rima Damayanti², Dina Hermina³, H. M. (2023). *PENELITIAN KORELASIONAL (Metodologi Penelitian Pendidikan)*. 2(6), 784–808.
- Ayudin, D., Selvi, Y., Kandeger, A., & Boysan, M. (2021). The relationship of consumers' compulsive buying behavior with biological rhythm, impulsivity, and fear of missing out. *Biological Rhythm Research*, 52(10), 1514–1522. <https://doi.org/10.1080/09291016.2019.1654203>
- Ayu, D. (2024). *REGULASI DIRI DENGAN IMPULSIVE BUYING TERHADAP PENGGUNA E-COMMERCE PADA MAHASISWA SURABAYA SELF-REGULATION WITH IMPULSIVE BUYING TOWARDS E-COMMERCE*. 9(02), 54–60.
- Charan, Y. Y. P., & Rahayu, M. N. M. (2022). Self-Control dan Impulsive Buying Wanita Dewasa Awal Pada Masa Pandemi. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(4), 662. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i4.9100>
- Crusius, J., Corcoran, K., & Mussweiler, T. (2022). Social Comparison: Theory, Research, and Applications. *Theories in Social Psychology, Second Edition*, February 2024, 165–187. <https://doi.org/10.1002/9781394266616.ch7>
- Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. (2023). *E M I K JURNAL ILMIAH*

- ILMU-ILMU SOSIAL FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 6, 198–215. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-TikTok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per->
- Dewanti, I., & Haryono, A. (2021). Pengaruh persepsi harga, kontrol diri, dan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif produk baju pada mahasiswa S1 pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang angkatan 2017. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(8), 718–734. <https://doi.org/10.17977/um066v1i82021p718-734>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Dira Sarah Diba. (2020). PERANAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA REMAJA BERDASARKAN PERBEDAAN JENIS KELAMIN DI SAMARINDA. *Integration of Climate Protection and Cultural Heritage: Aspects in Policy and Development Plans. Free and Hanseatic City of Hamburg*, 26(4), 1–37.
- Dwi Marsela, R., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69. http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling
- Dyatmika, P. B. P., Weliangan, H., & Huda, N. (2023). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Pengguna Shopee Paylater Ditinjau Dari Mindfulness. *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 2(4), 179–193. <https://doi.org/10.35760/arjwa.2023.v2i4.9060>
- Elgeka, H. W. S., & Tania, A. (2024). Hedonic Shopping Motives of Shopee Generation Z Consumers towards Impulse Purchases of Skincare Products. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 5(2), 174. <https://doi.org/10.24014/pib.v5i2.25492>
- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan Self Control Ditinjau Dari Perilaku Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa. *Psikodinamika - Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 01–19. <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.955>
- Ermawati. (2021). Etika Konsumsi Islam. *Bilancia*, 15(1), 103–124.
- Erwin Permana, Dela Setia Cahyani, Famita Wijayanti, & Syamsurizal Syamsurizal. (2024). Analisis Kepuasan Generasi Z Terhadap Layanan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 1(2), 337–355. <https://doi.org/10.61132/jieap.v1i2.312>
- Ezra Addo Setiawan. (2023). Kontrol Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Karier Siswa. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(1), 84–91.

<https://doi.org/10.55606/inovasi.v2i1.935>

- Faliha Utama, N., Surya Santosa, N., Honesta, J., Sharon Yong Sonbai, J., Lesley Koesnadi, V., Jonathan, E., Arthur Marcia, F., & Yulia Ningsih, R. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 218–226. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Fazjeri, A. H. Al. (2023). KECENDERUNGAN IMPULSIVE BUYING DITINJAU DARI JENIS KELAMIN PADA KOMUNITAS JUAL LELANG FLORA FAUNA (JLF) KARANGANYAR. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- finance.detik.com. (2023). *Paylater, Salah Satu Pemicu Perilaku Konsumtif Gen Z*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7116031/paylater-salah-satu-pemicu-perilaku-konsumtif-gen-z>
- Fithriyani, S. A., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). Perilaku Impulsive Buying pada Mahasiswi Pengguna E-Commerce Shopee Ditinjau dari Kontrol Diri. *JCA of Psychology*, 3(01), 66–72. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jpsy/article/view/189>
- Fitriyani, R. N., & Akbar, A. (2024). Pengaruh FoMo, Sales Promotion, Metode Pembayaran Terhadap Impulsiver Buying. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan)*, 10(1), 472–484.
- Ghaniyah, S. H., & Rufaidah, P. (2024). *The Impact of Fear of Missing Out on Impulsive Buying : A Study on the Twin Date Shopee Event in Indonesia*. 8(3), 220–232.
- Handayani, E. S., & Haryadi, R. (2023). 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>
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 31–55. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>
- Hasna Farida, Weni Endahing Warni, & Lutfi Arya. (2021). SELF-ESTEEM DAN KEPUASAN HIDUP DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA REMAJA. *Jurnal Psikologi Poseidon*, 4, 60–76. <https://doi.org/10.30649/jpp.v4i1.56>
- Henrietta. (2020). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6.
- Imelda Amabel Riyanto, H. A. S. M. (2025). *Hubungan Fear of Missing Out dengan Impulsive Buying pada Remaja Penggemar K-Pop di Purwokerto*. 9(3), 1633–1643. <https://doi.org/10.31316/g-couns.v9i3.7573>
- inews.id. (2023). *Benarkah Generasi Gen Z Disebut Paling Impulsif Belanja*

Online, Ini Penjelasan Pakar. <https://www.inews.id/lifestyle/health/benarkah-generasi-gen-z-disebut-paling-impulsif-belanja-online-ini-penjelasan-pakar>

- JASMINE, K. (2024). Pengaruh Fomo Terhadap Impulse Buying Saat Live Streaming pada Pengguna Shopee di Kota Medan. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 10(23), 496–509.
- Jollyn, & Basaria, D. (2023). The Correlation Analysis Between Impulsive Buying Behavior and Subjective Well-Being in Young Adults. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 310–317. <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>
- Kamil, R., & Laksmi. (2023). Generasi Z, Pustakawan, dan Vita Activa Kepustakawanan. *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 9008(105), 25–34. <https://doi.org/10.55981/baca.2023.1119>
- Kartika, D., Fardhani, M. H., & Anggraeni, R. D. (2025). *Hubungan FoMo Boneka Labubu terhadap Impulsif Buying Generasi Z di Kota Surabaya*. 5(1), 588–594.
- Kasus, S., Tokopedia, K., Tegal, K., & Ekonomi, S. (2024). *Pengaruh fear of missing out, shopping lifestyle, dan diskon terhadap pembelian impulsif pada generasi z*. 44–56.
- Khadijah, K., Oktasari, M., Stevani, H., & Ramli, M. (2023). Fear of Missing Out (Fomo) Dalam Perspektif Teori Solution Focused Brief Counseling. *Research and Development Journal of Education*, 9(1), 336. <https://doi.org/10.30998/rdje.v9i1.14841>
- Khaidir Ali Fachreza, Mukhlis Harvian, Nasya Zahra, Muhammad Izzudin Islam, Muhammad Daffa, Miftahul Chair, & Mia Lasmi Wardiyah. (2024). Analisis Komparatif antara Probability dan Nonprobability dalam Penelitian Pemasaran. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 108–120. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v1i3.248>
- Kholid, I. (2022). *What Causes It? Impulsive Buying Among Generation Z On Shopee : Qualitative Study Of Generation Z Consumer Behavior In Surabaya In The Digital Era*. 187–190.
- Kokkoris, M. D. (2024). Self-control and self-expression. *Current Opinion in Psychology*, 58, 101846. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2024.101846>
- kompasiana.com. (2024). *IMPULSIVE BUYING : Kebiasaan Belanja Gen Z di Era Digital*. <https://www.kompasiana.com/fatima0203/676a189034777c11290bce22/impulsive-buying-kebiasaan-belanja-gen-z-di-era-digital>
- kumparan.com. (2024). *Scroll, Klik, Beli! Mengapa Gen Z Mudah Terpengaruh oleh Pembelian Impulsif?* <https://kumparan.com/aprilia-jumaisyah-1729103314989483395/scroll-klik-beli-mengapa-gen-z-mudah-terpengaruh>

oleh-pembelian-impulsif-23jTTo92YRp/full

- KURT, S., KARDIYEN, F., & BAKIR, M. aki. (2022). Determinants of Impulsive Buying Behaviour and a Model Proposal. *International Journal of Management Economics and Business*, 18(3), 875–894. <https://doi.org/10.17130/ijmheb.982102>
- Kusumawardhani, I. A., Kurnianingrum, W., & Soetikno, N. (2019). Art Therapy Untuk Meningkatkan Kontrol Diri Pada Anak Didik Lapas. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 2(1), 135. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v2i1.1751>
- Langie, M. A., & Yuwono, S. E. (2023). Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee. *Communnity Development Journal*, 4(3), 6508–6513.
- Laurinda, C. (2024). Unraveling The Factors Influencing Impulsive Buying Behavior Among Gen Z Using Shopee Paylater: A Quantitative Anaylsis. *Asian Journal of Social and Humanities*, 2(12), 2963–2982. <https://doi.org/10.59888/ajosh.v2i12.411>
- Lestari, S. E., Gunawan, R., & Nugroho, A. R. (2023). Peran Kontrol Diri Remaja Terhadap Obsesi Selebriti Masa Kini di SMA Negeri 42 Jakarta (Studi Kasus Pada Remaja yang Terobsesi Artis Korea Selatan). *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan*, 1(2), 13–20. <https://journals.ldpb.org/index.php/cognoscere/article/view/68>
- Madjid, A. N. F., Aswar, & Tajuddin, A. (2022). Effects of Self-Control Ability in Pressing Aggressive Behavior. *Psikologia : Jurnal Psikologi*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.21070/psikologia.v6i1.1210>
- Maghfiroh, Q., & Mangestuti, R. (2024). Impulsive Buying Dan Hoarding Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitaas Multi Data Palembang*, 13(2), 431–436.
- Mar'atul Mukaromah, Tarisa zulfa, Olfiani Malida, Y. O. (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) MAR'ATUL MUKAROMAH, TARISA NOVITA. *Jurnal Ilmiah Psikologi Mind Set*, 12(2), 117–124.
- medcom.id. (2023). *Riset: Generasi Milenial dan Gen Z Punya Pola Belanja Berbeda di Era Ekonomi Digital*. <https://www.medcom.id/ekonomi/ekonomi-digital/Dkq0LXVb-riset-generasi-milenial-dan-gen-z-punya-pola-belanja-berbeda-di-era-ekonomi-digital>
- Mentari Septynaputri Widodo. (2024). Pengaruh Impulse Buying Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Terapan*, 8(1), 36–44.

<https://doi.org/10.24123/jbt.v8i1.6395>

- Muhajirina, D., Mukhlis, Annisa Latifah Salsabila, Luthfiah Khumaira, Khovifah Khairani, Adinda Dwi Fitria, Hifza Haridani, Anggina Cucu Khetri Sianturi, Nurul Rahmawati, Rizq Arya Satyo, Rahmi Indah Syahrina, Rosi Ani Riski Lubis, & Hubban Fathani Manik. (2024). Identifikasi Generasi Milenial Golongan Z Di Desa Tuntungan Ii Kecamatan Pancur Batu. *PENDIS (Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial)*, 2(2). <https://doi.org/10.61721/pendis.v2i2.35>
- Muhammad Sendi, & Muhammad Zaini. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Miniso Di Samarinda. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 01–09. <https://doi.org/10.56127/jaman.v4i2.1562>
- Muharam, G. M., Sulistiya, D., Sari, N., Fahmy, Z., & Zikrinawati, K. (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>
- Muhid, A. (2019). Analisis Statistik SPSS. In *Zifatama Jawara*.
- Murniati, M. P., Purnamasari, V., R, S. D. A., C, A. A., Sihombing, R., & Warastuti, Y. (2013). Alat-Alat Pengujian Hipotesis. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 15, Issue 2).
- Nabilah, N. S., & Kusumandyoko, T. C. (2023). Pengenalan dampak negatif impulsive buying kepada remaja penggemar k-pop melalui perancangan e-book. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 5(2), 75–86. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Nafeesa, N., & Novita, E. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 21(2), 79–86. <https://doi.org/10.31294/jc.v21i2.10319>
- Natasha, N., Hartati, R., & Syaf, A. (2022). Hubungan antara Regulasi Diri dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa di Pekanbaru. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(3), 775–779. <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPS/article/view/4875>
- Ngo, T. T. A., Nguyen, H. L. T., Nguyen, H. P., Mai, H. T. A., Mai, T. H. T., & Hoang, P. L. (2024). A comprehensive study on factors influencing online impulse buying behavior: Evidence from Shopee video platform. *Heliyon*, 10(15), e35743. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35743>
- No, V., Desember, O., Azzahra, F., Bachtiar, P., Mustika, Q., Azzam, A., & Afghani, A. (2024). Hubungan Antara Harga Diri Dan Regulasi Diri Dengan FoMO Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial. 2(3), 1071–1078.
- Nurachma, R., Nasional, P., & Indonesia, R. (2019). *Bibliografi Nasional Indonesia terhadap Generasi Z*. 7–12.

- Nuraisyah, S., & Marita Lasutri Tama, M. (2023). Hubungan Fear Of Missing Out dengan Compulsive Buying pada Pengguna Instagram di Fakultas Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang. *GUIDENA: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan Dan Konseling*, 13(2), 373. <https://doi.org/10.24127/gdn.v13i2.7519>
- Pangkaca, N., Rejeki, A., Gresik, U. M., & Sampling, N. P. (2021). *PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF BELANJA ONLINE PADA KARYAWAN DEPARTMENT STORE*. 2(7), 1177–1187.
- Prianingrum, E. Y. (2023). PENGARUH SELF CONTROL TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*.
- 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>
- Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.
- Puspitasari, D., Budi Argiati, S. H., & Putrianti, F. G. (2022). Impulsive Buying Ditinjau Dari Kontrol Diri Pada Mahasiswi Penggemar K-Pop Di Yogyakarta. *Journal of Psychology Students*, 1(2), 104–112. <https://doi.org/10.15575/jops.v1i2.16977>
- Putra, S., Tuerah, P., Mesra, R., Sukwika, T., Sarman, F., Nir, nuzulul arifin, Nuruzzaman, M., Susmita, N., Nilawati, Sari, mike nurmalia, Ladjin, N., Mulyapradana, A., Sinaga, enny keristiana, & Akbar, jakub saddam. (2023). METODE PENELITIAN KUANTITATIF : teori dan panduan praktis analisis data kuantitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif* (Issue May 2024). [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Putra, Y. S. (2019). THEORITICAL REVIEW : TEORI PERBEDAAN GENERASI. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di dunia kerja). *Proceeding Indonesia Career Center Network Summit IV*, 21–24.
- Raden Vina Iskandya Putri1, T. A. R. (2023). HUBUNGAN ANTARA SELF-CONCEPT DAN SELF-CONTROL DENGAN PERILAKU KONSUMTIF

DI TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA. *Peran Kepuasan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah*, 2(3), 310–324. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>

- Ratnasari, A. D., Dewi, R. S., & Prihatini, A. E. (2022). *PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA GENERASI Z (Studi Pada Pengguna Shopee) Pendahuluan Pada era globalisasi ini , perkembangan teknologi dan informasi semakin berkembang Hasil dari survei yang dilakukan Asosia*. 11(3), 576–586.
- Rini Wijaningsih, Evi Ekawati, & Adib Fachri. (2024). Peran Fear of Missing Out Memediasi Pengaruh Promo Event Tanggal Kembar E-Commerce Shopee Terhadap Impulsive Buying Tendency Pada Generasi Z Pengguna Shopee di Bandar Lampung. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 58–72. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i3.1531>
- Riza Nabilah, S., & Diah Sosialita, T. (2023). *Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying pada Dewasa Awal yang Mengakses Konten Celebrity Endorser di Digital Platform*. 1–10.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305. <https://doi.org/10.1086/209452>
- Rosyida, S. H., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Letak Geografis Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Via Salon Trenggalek. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 656–665. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i3.1613>
- Salamba, D. C., Diah Ambarwati, K., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). Economics and Digital Business Review Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying Produk Fashion di Masa Pandemi Pada Mahasiswa Melalui Aplikasi Belanja Online. *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Produk Fashion...*, 4(1), 929–939.
- Saputra, I., & Aulia, P. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Implusive Buying Saham pada Generasi Z. *Ahkam*, 3(1), 236–244. <https://doi.org/10.58578/ahkam.v3i1.2619>
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Selfiana, S., Titing, A. S., & Ismanto, I. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Dan Diskon Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok Shop Di Kabupaten Kolaka namun saat ini aplikasi TikTok menyediakan fitur baru seperti contohnya TikTok Shop agar memudahkan generasi Z untuk berbelanja

- sehi. *Intelletika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(6), 166–176.
- Septia Wardani, D. S., & Cahyani, R. (2024). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) pada Generasi Z Terhadap Ketakwaan Kepada Allah SWT. *Darul Ilmi: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*, 11(2), 257–269. <https://doi.org/10.24952/di.v11i2.10469>
- Siregar, N. F., & Rini, Q. K. (2019). Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 213–224. <https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2445>
- Siregar, R. R. (2020). Self-Control Sebagai Prediktor Terhadap Perilaku Agresif Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 14(2), 93–102. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v14i2.1160>
- Suastini, N. N., & Wisarja, I. K. (2024). Tata Susila Dan Pengendalian Diri Menurut Wrhaspati Tattwa. 7, 159–171.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Issue January).
- 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.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>
- Taswiyah, T. (2022). Mengantisipasi Gejala Fear of Missing Out (fomo) Terhadap Dampak Sosial Global 4.0 dan 5.0 Melalui Subjective Well-Being dan Joy of Missing Out (JoMO). *Jurnal Pendidikan Karakter JAWARA (Jujur, Adil, Wibawa, Amanah, Religius, Akuntabel)*, 8(1), 103–119.
- Triyo Utomo. (2019). *PERBEDAAN KELOMPOK GENERASI & TANTANGAN YANG DIHADAPI OLEH PERGURUAN TINGGI A.*
- Ummah, M. S. (2019). Metodologi Penelitian. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Valiansyah, R., Matulessy, A., & Pratitis, N. (2023). Pembelian impulsif pada mahasiswa: Bagaimana peranan kerentanan pengaruh interpersonal? *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(4), 539–549.
- Venia, M., Marzuki, F., & Yuliniar. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna E-commerce). *Korelasi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 929–941.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1

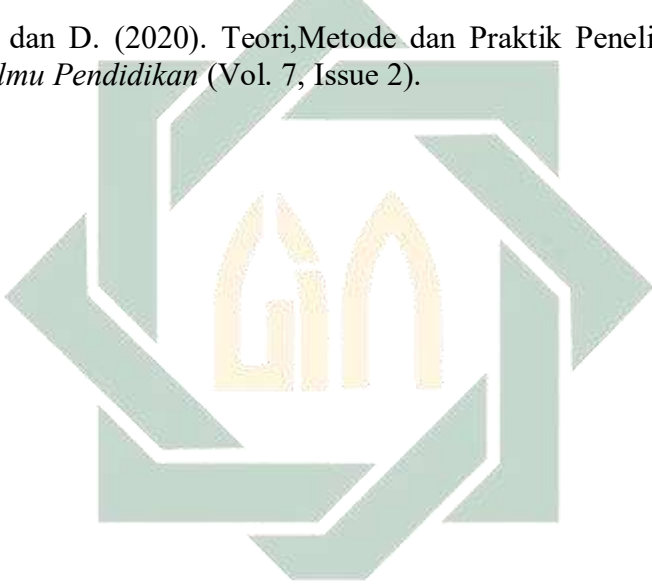
SUPPL.). <https://doi.org/10.1002/per.423>

Wang, Y., Pan, J., Xu, Y., Luo, J., & Wu, Y. (2022). The Determinants of Impulsive Buying Behavior in Electronic Commerce. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127500>

Wati, V. A., Pratikto, H., & Aristawati, A. R. (2022). Fear of missing out pada remaja di Surabaya: Bagaimana peranan regulasi diri? *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(3), 297–303.

Yunita, W., & Sholihah, A. (2021). Peran Hubungan Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Dengan Penyesuaian Diri Siswa Kelas Viii Di Smp Negeri 11 Kota Bengkulu. *Consilia : Jurnal Ilmiah Bimbingan Dan Konseling*, 4(1), 94–107. <https://doi.org/10.33369/consilia.4.1.94-107>

Yusri, A. Z. dan D. (2020). Teori, Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A