

**PENGARUH FOMO, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RESIKO,
DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA
LIVE STREAMING DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

(Studi Generasi Z Pengguna Fitur E-Wallet Surabaya)

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister dalam
Program Studi Magister Ekonomi Syariah



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh :

**DWIKA MAYASARI
NIM. 02240323001**

MAGISTER EKONOMI SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwika Mayasari
NIM : 02240323001
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa Tesis yang berjudul **“PENGARUH FOMO, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RESIKO, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA LIVE STREAMING DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Generasi Z Pengguna Fitur E-Wallet Surabaya)”** adalah karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila ada kesalahan dan kekeliruan didalamnya sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya yang berakibat pada pembatalan gelar saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa paksaan dari siapapun.

Surabaya, 23 Desember 2025



Dwika Mayasari

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis oleh:

Nama : Dwika Mayasari
NIM : 02240323001
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh FOMO, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Live Streaming dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Generasi Z Fitur E-Wallet)

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 17 Desember 2025

Menyetujui,
Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Andriani Samsuri, M. M
NIP. 197608022009122002



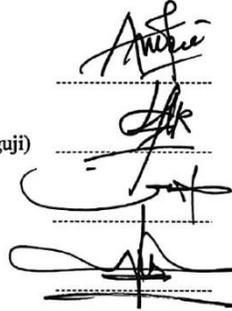
Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I.
NIP. 198106062009012008

PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis berjudul “PENGARUH FOMO, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RESIKO, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA LIVE STREAMING DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Generasi Z Pengguna Fitur E-Wallet Surabaya)” yang ditulis oleh Dwika Mayasari telah diuji dalam ujian sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji Tesis pada tanggal 23 Desember 2025

Tim Penguji :

1. Dr. Andriani Samsuri, M.M. (Ketua Penguji)
2. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si.,M.El. (Sekretaris Penguji)
3. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M. (Penguji 1)
4. Dr. Mustofa, S.Ag.,M.El. (Penguji 2)



Surabaya, 23 Desember 2025
Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.El.
NIP: 197005142000031001 ✓



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 : Dwika Mayasari
NIM : 02240323001
Fakultas/Jurusan : Pascasarjana Ekonomi Syariah
E-mail address : dwikamayago@gmail.com

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

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh FOMO, kemudahan penggunaan, Persepsi risiko, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara live streaming dengan reliabilitas sebagai variabel Moderasi (Studi generasi Z pengguna fitur E-wallet Surabaya)

berserta 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 ijin 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, 09 Januari 2026

Penulis

(Dwika Mayasari)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh FOMO, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Live Streaming* dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Generasi Z Pengguna Fitur E-Wallet).

Pendekatan Kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Sedangkan data yang dipakai merupakan data primer yang diperoleh dari masyarakat yang pernah berbelanja melalui live streaming dengan pembayaran menggunakan E-Wallet. 190 responden digunakan sebagai sampel. Teknik pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui *Google Form* berskala 4 dan dilanjutkan pada tahapan analisis data dengan *Partial Least Square* melalui aplikasi *SmartPLS* 4.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa FOMO, Kemudahan penggunaan, keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara live streaming pengguna e-wallet generasi Z. Sedangkan Persepsi Risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara live streaming pengguna e-wallet generasi Z. Sementara itu, Religiusitas tidak memoderasi (memperkuat) hubungan antara pengaruh FOMO, Kemudahan penggunaan, Keamanan terhadap keputusan pembelian secara live streaming pengguna e-wallet generasi Z. Namun Religiusitas memoderasi (memperkuat) hubungan antara pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian secara live streaming pengguna e-wallet generasi Z.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi kepada Lembaga Pendidikan perguruan tinggi guna meningkatkan literasi digital dan keuangan mahasiswa Gen Z, khususnya terkait perilaku konsumsi digital, live streaming commerce, serta penggunaan e-wallet agar mampu mengambil keputusan pembelian secara bijak. Universitas juga diharapkan dapat mengintegrasikan kajian perilaku konsumen digital dan psikologi konsumen, seperti FOMO guna meningkatkan kesadaran kritis mahasiswa terhadap pola konsumsi digital. Bagi penyedia platform live streaming dan e-wallet diharapkan dapat memperhatikan faktor FOMO dan kemudahan penggunaan, namun tetap mengedepankan prinsip etika bisnis agar tidak mendorong perilaku konsumtif berlebihan. Aspek keamanan perlu terus ditingkatkan dan dikomunikasikan secara transparan, disertai edukasi terkait manajemen risiko transaksi digital guna meningkatkan kepercayaan pengguna.

Kata Kunci : *FOMO, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, Keamanan, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of FOMO, ease of use, perceived risk, and security on live streaming purchasing decisions, with religiosity as a moderating variable (a study of Generation Z e-wallet users).

A quantitative approach was employed in this study. The data used were primary data obtained from people who had shopped via live streaming and paid using e-wallets. A sample of 190 respondents was selected. Data collection was conducted through a 4-point questionnaire on a Google Form, followed by data analysis using Partial Least Squares (PLS) using the SmartPLS 4.0 application.

The results of this study indicate that FOMO, ease of use, and security influence the live streaming purchasing decisions of Generation Z e-wallet users. Meanwhile, perceived risk has no effect on the live streaming purchasing decisions of Generation Z e-wallet users. Meanwhile, religiosity does not moderate (strengthen) the relationship between the influence of FOMO, ease of use, and security on the live streaming purchasing decisions of Generation Z e-wallet users. However, religiosity does moderate (strengthen) the relationship between the influence of perceived risk on the live streaming purchasing decisions of Generation Z e-wallet users.

This research is expected to contribute to higher education institutions in improving the digital and financial literacy of Gen Z students, particularly regarding digital consumption behavior, live streaming commerce, and e-wallet use, enabling them to make wise purchasing decisions. Universities are also expected to integrate studies of digital consumer behavior and consumer psychology, such as FOMO, to increase students' critical awareness of digital consumption patterns. Live streaming and e-wallet platform providers are expected to consider FOMO and ease of use factors, while still prioritizing business ethics principles to avoid encouraging excessive consumer behavior. Security aspects need to be continuously improved and communicated transparently, along with education on digital transaction risk management to increase user trust.

Keywords: *FOMO, Ease of Use, Perceived Risk, Security, Purchase Decisions*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR TRANSLITERASI.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Rumusan Masalah.....	10
C.Tujuan Penelitian.....	10
D.Kegunaan Penelitian.....	11
E.Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
A.Kerangka Teoritik.....	13
B.Penelitian Terdahulu.....	38
C.Hubungan Antar Variabel.....	44
D.Kerangka Konseptual.....	51
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN.....	52
A.Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B.Objek Penelitian.....	52
C.Populasi dan Sampel.....	52
D.Variabel Penelitian.....	53
E.Definisi Operasional Variabel.....	54
F.Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	58
G.Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV.....	62
HASIL PENELITIAN.....	62
A.Deskripsi Objek Penelitian.....	62
B.Profil Responden.....	63
1. Usia.....	63
2. Jenis Kelamin.....	64
3. Domisili.....	64
4. Tingkat Pendapatan.....	65
5. Tingkat Pendidikan.....	65
6. Tingkat Pekerjaan.....	66
7. Platform live streaming.....	67

8. Pengguna E-wallet saat live streaming.....	67
C.Rekapitulasi Jawaban Responden.....	68
1. FOMO (X1)	69
2. Kemudahan Penggunaan (X2)	70
3. Persepsi Risiko (X3)	71
4. Keamanan (X4).....	72
5. Religiusitas (Z)	74
6. Keputusan Pembelian (Y)	75
D. Analisis Statistik Deskriptif.....	76
E. Analisis Data	79
1. Analisis Outer Model (Evaluasi Model Pengukuran).....	79
2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	86
3. Pengujian Hipotesis	88
4. Uji Ketahanan (<i>Robustness Check</i>).....	94
BAB V	96
PEMBAHASAN	96
A. <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Live Streaming</i> Pengguna <i>E-Wallet</i> Pada Generasi Z Surabaya.....	96
B. Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Live Streaming</i> Pengguna <i>E-Wallet</i> Pada Generasi Z.....	98
C. Persepsi Risiko Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Live Streaming</i> Pengguna <i>E-Wallet</i> Pada Generasi Z.....	99
D. Keamanan Berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara <i>live streaming</i> pengguna <i>e-wallet</i> pada generasi Z.....	100
E. Religiusitas tidak memoderasi (memperkuat) pengaruh FOMO, Kemudahan penggunaan, persepsi risiko, keamanan terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Live Streaming</i> Pengguna <i>E-Wallet</i> Pada Generasi Z.....	101
BAB VI.....	105
PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	117

DAFTAR GAMBAR

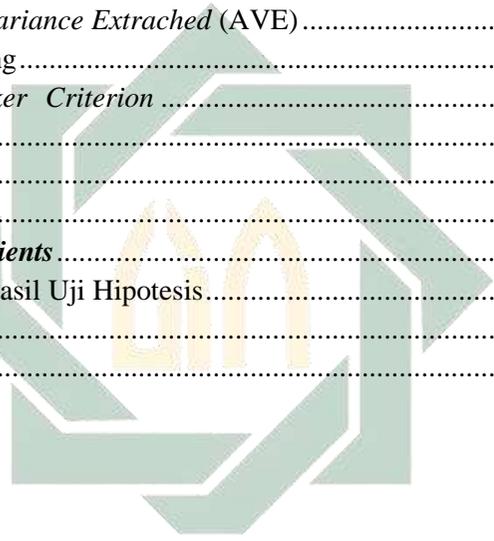
Diagram 1. 1 Data Pertumbuhan Pengguna.....	1
Diagram 1. 2 Tingkat Pengguna Platfrom Live Shopping di Indonesia 2024.....	3
Diagram 1. 3 Presentase pertumbuhan nilai transaksi 5 Tahun Terakhir	8
Diagram 1. 4 Presentase Metode Pembayaran Yang Sering Digunakan.....	9
Diagram 4. 1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kota Surabaya	62
Diagram 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	63
Diagram 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Diagram 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili	64
Diagram 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	65
Diagram 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	65
Diagram 4. 7 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan	66
Diagram 4. 8 Distribusi Responden Berdasarkan <i>Platform Live Streaming</i>	67
Diagram 4. 9 Distribusi Responden Berdasarkan Pengguna E-wallet	67



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Interpretasi Rentang Nilai Skor Variabel Penelitian	68
Tabel 4. 2 Penilaian responden terhadap variable FOMO	69
Tabel 4. 3 Penilaian responden terhadap variable Kemudahan Penggunaan	70
Tabel 4. 4 Penilaian responden terhadap variable Persepsi risiko	72
Tabel 4. 5 Penilaian responden terhadap variable Keamanan.....	73
Tabel 4. 6 Penilaian responden terhadap variable Religiusitas	74
Tabel 4. 7 Penilaian responden terhadap variable Keputusan Pembelian	76
Tabel 4. 8 Statistik Data	77
Tabel 4. 9 Outer Loading	81
Tabel 4. 10 <i>Uji Composite Reability</i>	82
Tabel 4. 11 <i>Uji Average Variance Extrached (AVE)</i>	83
Tabel 4. 12 Cross Loading.....	84
Tabel 4. 13 <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	85
Tabel 4. 14 R-Square.....	86
Tabel 4. 15 R-Square.....	87
Tabel 4. 16 <i>F-Square</i>	87
Tabel 4. 17 <i>Path Coefficients</i>	91
Tabel 4. 18 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	93
Tabel 4. 19 <i>Linearity</i>	94
Tabel 4. 20 <i>Endogeneity</i>	95



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- A. Djazuli. *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Prenada Media Group, 2007.
- Abdillah, Willy, Jogyanto Hartono, and Dwi Prabantini. *Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Agustina, Zuyyana Zulfa. "Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada." *Doctoral Dissertation*,. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022.
- Aini, Firda Nur, and Susanti Susanti. "Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, Dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10, no. 11 (2021). <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i11.p06>.
- Alfaris, Muhammad. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (e-Wallet)." *Mahasiswa Akuntansi Samudra (Jmas)* 4, no. 2 (2023): 67–74.
- Alfarisi, Ahmad Rifqi, and Sukaris Sukaris. "The Influence of Live Streaming, Fear of Missing Out (FoMO), and E-WOM on Purchase Decisions in TikTok Shop." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 12, no. 6 (2024): 2677–86. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.2958>.
- Alfina, Sri Hartini, and Dien Mardhiyah. "FOMO Related Consumer Behaviour in Marketing Context: A Systematic Literature Review." *Cogent Business and Management* 10, no. 3 (2023). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2250033>.
- Alghifari, Aruf Yusuf, and Tri Septin Muji Rahayu. "Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto." *Derivatif: Jurnal Manajemen* 15, no. 2 (2021).
- Alt, Dorit, and Meyran Boniel-Nissim. "Links between Adolescents' Deep and Surface Learning Approaches, Problematic Internet Use, and Fear of Missing Out (FoMO)." *Internet Interventions* 13, no. June (2018): 30–39. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2018.05.002>.
- Alvera, Muhammad Farid Pratama Perangin-angin, Kelvin, Grezelda, and Clara. "Analisis Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan ShopeePayLater." *Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya* 1, no. 1 (2024): 56–66.
- Amelia, Lina Rizqi. "Pengaruh Kemudahan Dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Pay Later Pada Generasi Z Di Kabupaten Banyumas Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2024.
- Ananda, Sisca, and Unik Dwi Lestari. "Use , And Social Influence Terhadap Intention To Use E-Wallet" 5, no. 1 (2025).
- Anbiya Mina Scuderia. "Platform Live Shopping Terbanyak Digunakan Di Indonesia Tahun 2024." *GoodStats*, 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/platform-live-shopping-terbanyak-digunakan-di-indonesia-tahun-2024-56W4S>.
- Andriani Samsuri. "Literasi Keuangan, Toleransi Risiko, Persepsi Risiko Dan Niat Berinvestasi." Universitas Airlangga, 2020. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/94318>.
- Antareza, Citra, Deddy Saefuloh, and Arie Indra Gunawan. "Persepsi Pelaku Usaha

- Kecil Terhadap Penggunaan E-Wallet Sebagai Sistem Pembayaran.” *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar, 2023*.
- Asri, Retno Wahyuningtyas. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan Aplikasi Go-Jek Di Surabaya).” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 4 (2016): 1–10.
- Asrizal Efendy Nasution, Linzzy Pratami Putri, and Muhammad Taufik Lesmana. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan.” *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* 1, no. 1 (2019): 194–99.
- Astuti, Chatarina Nila, and Ratriana Y.E. Kusumiati. “The Correlation between Adolescent Social Media Active Users’ Neuroticism Personality and Fear of Missing Out.” *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha* 12, no. 2 (2021): 245–58. <https://doi.org/10.23887/jibk.v12i2.34086>.
- Aulia, Yoza Indah. “Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Dan Orientasi Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Situs Shopee Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.” Universitas Islam Riau, 2021. <https://repository.uir.ac.id/id/eprint/10944>.
- Bambang Sugeng. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Belmonte, Zachariah John A., Yogi Tri Prasetyo, Maela Madel L. Cahigas, Reny Nadlifatin, and Ma Janice J. Gumasing. “Factors Influencing the Intention to Use E-Wallet among Generation Z and Millennials in the Philippines: An Extended Technology Acceptance Model (TAM) Approach.” *Acta Psychologica* 250 (2024). <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104526>.
- Bill Doolin, Stuart Dillon, Fiona Thompson, and James L. Corner. *Perceived Risk, the Internet Shopping Experience and Online Purchasing Behavior*. New Zealand: electronic commerce, 2007. <https://doi.org/10.4018/978-1-59904-943-4.ch029>.
- Bimantara, Bangkit. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi J & T Express Samarinda.” *EJournal Administrasi Bisnis* 8, no. 3 (2020).
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Depok: Prenadamedia Group, 2005.
- Cahyani, Chika, Isnurrini Hidayat Susilowati, and Wiwik Widiyanti. “Kepercayaan, Kemudahan, Keputusan Pembelian Spaylater.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 07, no. 1 (2023): 42–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i1.33386>.
- Cahyani, Reina Okta, and Retno Pangestuti. “Fear of Missing out (FoMO) Dengan Social Comparison Pada Mahasiswa Pengguna Instagram.” *Psikoislamika : Jurnal Psikologi Dan Psikologi Islam* 20, no. 1 (2023): 568–78. <https://doi.org/10.18860/psikoislamika.v20i1.20567>.
- Çelik, İşıl Karapınar, and Oya Eru. “The Effects of Consumers’ FoMo Tendencies On Impulse Buying and The Effects of Impulse Buying on Post-Purchase Regret: An Investigation in Retail Stores *.” *BRAIN – Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience* 10, no. 3 (2019). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.70594/brain/v10.i3/13>.
- Che Nawi, Noorshella, Husna Sarirah Husin, Noura Said Al-Jahwari, Siti Afiqah

- Zainuddin, Noor Ullah Khan, Ariezal Afzan Hassan, Wan Suzanna Aafanii Adeeba Wan Ibrahim, Amaal Fadhlina Mohamed, Nazatul Syima Mohd Nasir, and Md Zaki Muhamad Hasan. "The Path to Sustainability Begins with Going Paperless: Antecedents of Intention to Use Electronic Wallet Using Serial Mediation Approach." *Heliyon* 10, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24127>.
- Chetioui, Youssef, and Laila El Bouzidi. "An Investigation of the Nexus between Online Impulsive Buying and Cognitive Dissonance among Gen Z Shoppers: Are Female Shoppers Different?" *Young Consumers* 24, no. 4 (2023). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/YC-06-2022-1548>.
- Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models." *Management Science* 35, no. 8 (1989): 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13, no. 3 (2013): 319–40. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Dawood, Hatim M., Chee Yoong Liew, and Teck Chai Lau. "Mobile Perceived Trust Mediation on the Intention and Adoption of FinTech Innovations Using Mobile Technology: A Systematic Literature Review." *F1000Research* 10 (2022). <https://doi.org/10.12688/f1000research.74656.2>.
- Desky, Harjoni, Rina Murinda, and Razali Razali. "Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Owner (Riset & Jurnal Akuntansi)* 6, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish, 2019.
- Elhai, Jon D, Haibo Yang, and Christian Montag. "Fear of Missing out (FOMO): Overview, Theoretical Underpinnings, and Literature Review on Relations with Severity of Negative Affectivity and Problematic Technology Use." *Braz J Psychiatry* 43, no. 2 (2021): 203–9. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>.
- Fadhila, Fany, Azhar, and Muslim Marpaung. "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater." *Jurnal Bisnis Halal* 1, no. 2 (2020): 20–30.
- Farahdiba, Erfi Syahnia. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengguna E-Wallet (Electronic Wallet) Sebagai Alat Transaksi Terhadap Mahasiswa Di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO Di Yogyakarta)." *Universitas Islam Indonesia*. Universitas Islam Indonesia, 2020. <https://dspace.uui.ac.id/123456789/31056>.
- Featherman, Mauricio S., and Paul A. Pavlou. "Predicting E-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective." *International Journal of Human Computer Studies* 59, no. 4 (2003): 451–74. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3).
- Fitriyani, Puput, Dahmiri, and Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari. "Pengaruh Live Streaming TikTok Dan FoMO (Fear of MissingOut) Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Produk Fast Fashion Pada Generasi Z Di Kota Jambi." *Jurnal Dinamika Manajemen* 13, no. 2 (2025): 2338–123.
- Fornell, Claes, and David F. Larcker. "Evaluating Structural Equation Models with

- Unobservable Variables and Measurement Error.” *Journal of Marketing Research* 18, no. 1 (1981). <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/3151312>.
- Fumar, Michael, Ario Setiadi, Stefanie Harijanto, and Cindika Tan. “The Influence of Fear of Missing Out (FOMO), Sales Promotion , and Emotional Motive Mediated Self-Control on Impulsive Buying for Hypebeast Products.” *Educational Journal of History and Humanities* 6, no. 3 (2023). <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jr.v6i3.33581>.
- Gu, Yu, Xu Sen Cheng, and Jia Shen. “Design Shopping as an Experience: : Exploring the Effect of the Live-Streaming Shopping Characteristics on Consumers’ Participation Intention and Memorable Experience.” *Elsevier “Informasi & Manajemen”* 60, no. 05 (2023). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.im.2023.103810>.
- Hadi, Muhammad Abdul, and Eri Besra. “Enrichment: Journal of Management The Effect of Perceived Risk and Perceived Usefulness on Purchase Intention with Customer Attitude as a Mediation Variable (Survey of Tokopedia Consumers in Padang City).” *Enrichment: Journal of Management* 12, no. 4 (2022).
- Hair, Joseph F, Jeffrey J Risher, Marko Sarstedt, and Christian M Ringle. “When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM.” *European Business Review* 31, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Harto, B R, and Z Munir. “Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee.” *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen* 9, no. 1 (2021): 89–98. <https://ejournal.stmikgici.ac.id/index.php/jursima/article/view/256>.
- Haryani, Dwi Septi. “Online Di Tanjungpinang The Influence Of Perceived Risk To Online Purchasing Decisions In Tanjungpinang.” *Jurnal Dimensi Universitas Riau Kepulauan* 8, no. 2 (2019): 198–209.
- Hawari, Ajrina Putri, and Kartini Harahap. “Pengaruh Promosi Dan Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan E-Wallet Shopeepay Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Kota Medan.” *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia* 2, no. 01 (2023): 27–40. <https://doi.org/10.58471/jeami.v2i01.90>.
- Heksawan Rahmadi, and Deni Malik. “Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat.” *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani* 3, no. 1 (2023).
- Herlina, Herlina, Johannes Fernandes Andry, Teady Matius Surya Mulyana, Fuji Rahayu Wilujeng, Yohanes Probo Dwi Sasongko, and Teguh Hidayatul Rachmad. “Understanding Consumer Behavior in Live Streaming E-Commerce: A Technology Acceptance Model Perspective.” *Inspiration: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 15, no. 1 (2025): 10–25. <https://doi.org/10.35585/inspir.v15i1.105>.
- Hermansyah, and Eko Arwanda Pambudi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Penggunaan E-Wallet Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Tokopedia Di Kemayoran Jakarta Pusat).” *Jurnal Adiministrasi Bisnis* 4, no. 3 (2024): 216–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.31334/jambis.v4i3.4087>.
- Istiarni, Panggih Rizki Dwi, and Paulus Basuki Hadiprajitno. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai

- Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia).” *Diponegoro Journal Of Accounting* 03, no. 2 (2024): 194–204.
- Jalaluddin. *Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali Pers, 2004.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Kim, Dan J., Donald L. Ferrin, and H. Raghav Rao. “A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents.” *Decision Support Systems* 44, no. 2 (2008). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>.
- Kraiwanit, Tanpat, Pongsakorn Limna, and Peerapat Wattanasin. “Digital Wallet Dynamics: Perspectives on Potential Worldcoin Adoption Factors in a Developing Country’s FinTech Sector.” *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 10, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100287>.
- Kuncoro Mudrajat. *Metode Kuantitatif, Teori Dan Aplikasinya*. Yogyakarta: AMP-YKPN, 2004.
- Kusnandar, Viva Budy. “10 Negara Asia Dengan Pengguna Internet Terbesar,” 2022. <https://databoks.katadata.co.id/telecommunications/statistik/b6b00511ba81ce8/indonesia-masuk-daftar-10-negara-pengguna-internet-terbesar-di-asia>.
- Leoni, Selisa Nur, Wahid Wachyu, Adi Winarto, and M Sultan Mubarak. “Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Kartu ATM Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Sahmiyya* 1, no. 1 (2022).
- Li, Chengyu, Zuhui Xia, Yiqing Liu, Shuyan Li, Shuchang Ren, and Hongjun Zhao. “Is Online Shopping Addiction Still a Depressive Illness? The Induced Consumption and Traffic Trap in Live E-Commerce.” *Heliyon* 10, no. 9 (2024). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29895>.
- Linck, Kathrin, Key Pousttchi, and Dietmar G. Wiedemann. “Security Issues in Mobile Payment from the Customer Viewpoint.” *Proceedings of the 14th European Conference on Information Systems, ECIS 2006*, no. 2923 (2006). https://www.researchgate.net/publication/221409578_Security_issues_in_mobile_payment_from_the_customer_viewpoint.
- Maf’ula, Eka Riyadhatul, Alshaf Pebrianggara, and Mochamad Rizal Yulianto. “Conditions On Purchase Decision Efektivitas Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan , Dan Kondisi Yang Memfasilitasi.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5, no. 2 (2024): 4023–37.
- Mahfud Sholihin, and Dwi Ratmono. *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 7.0*. 1st ed. Yogyakarta: Andi, 2021.
- Milyavskaya, Marina, Mark Saffran, Nora Hope, and Richard Koestner. “Fear of Missing out: Prevalence, Dynamics, and Consequences of Experiencing FOMO.” *Motivation and Emotion* 42, no. 5 (2018): 725–237. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5>.
- Mohit, Hossein, Vess L Johnson, and Sara Memarian Esfahani. “Social Media Continuance from the Perspective of Commitment.” *Journal of Computer Information Systems* 63, no. 4 (2023). <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08874417.2022.2112916>.
- Monica, Sevi, and Miftahul Jannah. “Keputusan Pembelian Melalui Live Streaming E-Commerce Shopee, Online Customer Review, Dan Free Gift (Studi Kasus

- Pada Pelanggan MS Glow by Mirza)." *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen* 4, no. 1 (2024).
- Muchlisin Riadi. "Fear of Missing out (FoMo)-Pengertian, Aspek, Dampak Dan Faktor Yang Mempengaruhi." kajian pustaka.com, 2022. <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/fear-of-missing-out-fomo.html>.
- Muhammad Ridwan. "Eputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan)." UIN Sumatra Utara, 2018.
- Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2013.
- Mustikawati, Devi, and Muhammad Sholahuddin. "The Influence of E-Commerce Live Streaming on Purchase Interest in Muslim Fashion Products in Indonesia with Perceived Risk as an Intervening Variable." *Jurnal Ilmiah Mizani* 11, no. 1 (2024): 64–76. <https://doi.org/10.29300/mzn.v11i1.2938>.
- Nabila, Farizka Shafa, Mahendra Fakhri, Mahir Pradana, Budi Rustandi Kartawinata, and Anita Silvianita. "Measuring Financial Satisfaction of Indonesian Young Adults : A SEM - PLS Analysis." *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2023. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00281-4>.
- Nabilah Muhamad. "E-Wallet, Metode Pembayaran Utama Konsumen Belanja Online." *Databoks*, 2024. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/2ee1a5c2bc6f0bb/e-wallet-metode-pembayaran-utama-konsumen-belanja-online>.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. 1 cet ke 3. Jakarta: Kencana, 2010.
- Nawawi, Sarihat Cihat. "Rahasia Ketenangan Jiwa Dalam Al-Qur'an." *MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir* 6, no. 1 (2021): 30–46. <https://doi.org/10.24090/maghza.v6i1.4476>.
- Nazhirah Yunus, Rusyda. "Analisis Pengaruh Bahasa Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Panca Budi Jurusan Akuntansi." *Jurnal Akuntansi Bisnis & Publik* 9, no. 1 (2018): 13–20.
- Nguyen, Linh, Gerry Gallery, and Cameron Newton. "The Joint Influence of Financial Risk Perception and Risk Tolerance on Individual Investment Decision-Making." *Accounting & Finance* 59, no. S1 (2017). <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/acfi.12295>.
- Ningcahya, Iin Ratih, and Lilik Rahmawati. "Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)." *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. Vol 6, No 1 (2020): 52–63. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/IQT/article/view/2759>.
- Nufian, Febriani, Wayan Weda, and Asmara Dewi. *Perilaku Konsumen Di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2019. https://books.google.co.id/books/about/Perilaku_Konsumen_di_Era_Digital.html?id=YXXRDwAAQBAJ&redir_esc=y.
- Nurivananda, Shahnaz Maulidya, and Zumrotul Fitriyah. "Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @ Scarlett _ Whitening In Surabaya) Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z @ Scarlett." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 4

- (2023). <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i4.2498>.
- Nurwahyuni, Wanda Asri, and Reny Yuniasanti. "Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z." *Jurnal Psikologi* 6, no. 2 (2023).
- Park, Jungkun, EunPyo Hong, and Hoang TPM Le. "Adopting Autonomous Vehicles: The Moderating Effects of Demographic Variables." *Journal of Retailing and Consumer Services* 63 (2021). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102687>.
- Patrick J. McGinnis. *Fenomena Fear of Missing Out Tepat Mengambil Keputusan Di Dunia Yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama, 2020.
- Pavlou, Paul A. "Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model." *International Journal of Electronic Commerce* 7, no. 3 (2003): 101–34. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>.
- Prawira, Fathur Rahman, Naufal Thirafy Prakoso, Putu Wuri Handayani, Nabila Clydea, Fathur Rahman Prawira, Naufal Thirafy, Putu Wuri Handayani, and Nabila Clydea. "The Influence of Information Security Factors on the Continuance Use The Influence of Information Security Wallet Factors on the Continuance Use of Electronic of Electronic Wallet." *Procedia Computer Science* 234, no. 2023 (2024). <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.147>.
- Prof. Dr. Hj. Enizar, M.A. *Hadis Ekonomi* 2. metro: Eniza, 2012.
- Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. DeHaan, and Valerie Gladwell. "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out." *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- Purwanto, Hendra, Handaru Indrian Sasmito Adi, Henny Sri Astuty, and Suwarno. "Influence Of Perceived Ease Of Use On The Intention To Use Digital Payment Applications In Transactions." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini* 15, no. 2 (2024): 111–16. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v15i2.4813>.
- Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi islam. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Putri, Okky Normayanti, and Osly Usman. "The Influence of Perceptions of Ease of Use, Perceptions of Benefits, and Perceptions of Security on Students' Interest in Using E-Wallet." *SSRN Electronic Journal*, 2021. <https://doi.org/https://doi.org/10.2139/ssrn.3996616>.
- Rachmasari, Alfani, Isti Fadah, and Anifatul Hanim. "Pengaruh Religiusitas, Faktor Sosial Ekonomi, Dan Faktor Teknologi Terhadap Minat Penggunaan Linkaja Syariah Pada Generasi Z Di Kabupaten Bondowoso." *Ijabah* 1, no. 1 (2023): 57–70. <https://doi.org/10.19184/ijabah.v1i1.295>.
- Rafiqah, Lailan, Sudirman M. Johan, and Jumni Nelli. "Konsep Ibnu Qayyim Al-Jauziyah Tentang Perlindungan Hal Anak Dalam Keluarga." *Jurnal Al-Himayah* 4, no. 1 (2020): 14–35.
- Ramadhayanti, Ana. "Penggunaan Fitur Live Streaming Sebagai Marketing Communication Dan Leadcustomer Terhadap Peningkatan Penjualan." *Jurnal Manajemen Dewantara* 7, no. 1 (2023). file:///C:/Users/Windows7/Downloads/_Ramadhayanti.pdf.
- Raman, Arasu, and Viswanathan Annamalai. "Wireless Information Networks &

- Business Information System.” *IJCA Special Issue on “Wireless Information Networks & Business Information System*, 2011, 54–56.
- Reza Pahlevi. “Pasar E-Wallet Indonesia Diproyeksikan Capai US\$70 Miliar Pada 2025.” *Databoks*, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/699ccd21d4e8aa6/pasar-e-wallet-indonesia-diproyeksikan-capai-us70-miliar-pada-2025>.
- Rozgonjuk, Dmitri, Jon D. Elhai, Tracii Ryan, and Graham G. Scott. “Fear of Missing out Is Associated with Disrupted Activities from Receiving Smartphone Notifications and Surface Learning in College Students.” *Computers and Education* 140 (2019). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.05.016>.
- Santoso, Elsa Marisa. “The Influence of Fear of Missing Out (FoMO) on Consumer Behavior in Teenagers Using the Shopee Application in Jakarta.” *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS Journal)* 3, no. 5 (2024): 1533–42. <https://sinomicsjournal.com/index.php/sj/article/view/439>.
- Santoso, Joseph Teguh. “Live Streaming Jadi Trend Baru Dalam Memasarkan Produk.” Universitas STEKOM, 2021. <https://stekom.ac.id/artikel/live-streaming-jadi-trend-baru-dalam-memasarkan-produk>.
- Saputra, Roni, and Fitria Ridhaningsih. “The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Security Regarding Continuance Intention to Use E-Wallet Dana with Hedonic Value as a Mediating Variable (Case Study on Students of Padang State University).” *International Journal of Economics and Management Research* 4, no. 1 (2025). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i1.306>.
- Saputra, Valdi Ramadhan Jaya, and Tri Sudarwanto. “Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya.” *JPTN: Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 11, no. 2 (2023): 165–73. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/55110>.
- Sari, Revie Novita, Fakultas Bisnis, Universitas Darwan Ali, Yuli Andriyati, Fakultas Bisnis, and Universitas Darwan Ali. “Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, & Akuntansi* 5, no. 1 (2024): 24–42.
- Sarwono, Jonathan, and Ely Suhayati. *Riset Akuntansi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Setiawan, Muhammad Ricky, Hery Pudjoprastyono, and Nanik Hariyana. “He Influence Of Security, Convenience, And Customer Trust On Purchase Decision In Tokopedia Marketplace In Surabaya City.” *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics* 8, no. 3 (2025).
- Shaizatulaqma Kamalul Ariffin, Goh, Thenmoli Mohan, and Yen-Nee Goh. “Influence of Consumers’ Perceived Risk on Consumers’ Online Purchase Intention.” *Journal of Research in Interactive Marketing* 12, no. 3 (2018). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JRIM-11-2017-0100>.
- Sholikatur, Siti. “Pengaruh Religiusitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dengan Labelisasi Halal Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Uin Walisongo Semarang).” UIN Walisongo Semarang, 2020. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/14096/>.

- Silaen, Elsa, and Bulan Prabawani. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 8, no. 4 (2019): 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2019.24834>.
- Solikha, Wardatus, and Hanafi adi Putranto. "Pengaruh FOMO , Shopping Lifestyle , Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna TikTok Shop." *Journal of Business Economics and Management* 02, no. 02 (2025): 2043–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.62379/jbem.v2i2>.
- Statistik, Badan Pusat. "Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Kota Surabaya 2023-2024." Badan Pusat Statistik, 2024. <https://surabayakota.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-kota-surabaya--2023.html?year=2023>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D, 22nd Ed*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suhartini, and Dwi Maharani. "Peran Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian." *Economics and Digital Business Review* 4, no. 2 (2023).
- Suhartono, Irwan, and Universitas Pamulang. "Pengaruh Break Even Point Terhadap Penganggaran Laba Pada Pt Kalbe Farma , Jakarta Abstract" 1, no. 1 (2018).
- Suri, Nadia Effita, and Whyosi Septrizola. "The Influence of Influencer Marketing, and Hedonic Motivation on Purchasing Decisions on the Tiktok Application in Padang City with Fear of Missing out (FoMo) as a Mediating Variable." *Marketing Management Studies* 4, no. 4 (2024). <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/mms.v4i4.552>.
- Suryani, Mufid, Nida Nusaibatul Adawiyah, and Erlin Beliya. "Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19" 1, no. 1 (2022): 49–74.
- Suryani, Tutik. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Syamsuar, Dedy, and Deden Witarasyah. "The Role of Perceived Value and Risk in Shaping Purchase Intentions in Live-Streaming Commerce: Evidence from Indonesia." *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 20, no. 4 (2025). <https://doi.org/10.3390/jtaer20040298>.
- Tandon, Anushree, Amandeep Dhir, Shalini Talwar, Puneet Kaur, and Matti Mäntymäki. "Dark Consequences of Social Media-Induced Fear of Missing out (FoMO): Social Media Stalking, Comparisons, and Fatigue." *Technological Forecasting and Social Change* 171, no. May (2021). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120931>.
- Taniredja, Tukiran, and Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Tatasari, Titis, Rizco Turino Ambadar, Nabila Anjani, and Faradiba Agustin. "Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Surabaya." *Social Sciences Journal* 3, no. 1

- (2025): 59–66. <https://journal.pdphi.com/index.php/SSJ/article/view/185/165>.
- Tham, Kok Wai, Omkar Dastane, Zainudin Johari, and Nurlida Binti Ismail. “Perceived Risk Factors Affecting Consumers’ Online Shopping Behaviour.” *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 6, no. 4 (2019). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.vol6.no4.246>.
- Truc, Le Thanh. “Empowering Tomorrow: Unleashing the Power of e-Wallets with Adoption Readiness, Personal Innovativeness, and Perceived Risk to Client’s Intention.” *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 10, no. 3 (2024). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100322>.
- Valeria, Felice. “‘Cashless Society’ Di Indonesia : Risiko Dan Tantangan.” *iprice*, 2020.
- Wahyuni, Ananda Dewi, and Dahmiri. “Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen Di Marketplace Shopee Kota Jambi.” *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)* 10, no. 01 (2021): 29–41.
- Wartono, Tono, and Nurlani Nurauliah. “Pengaruh FOMO (Fear Of Missing Out) Terhadap Keputusan Pembelian Barang Generasi Z Dalam Konteks Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan Tahun 2021 – 2022 Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon).” *Jendela Aswaja* 6, no. 2 (2025): 333–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.52188/jpess.v3i1>.
- Weine, Vincent. “Consumer Perceived Risk: Concepculation And Model.” *European Journal Of Marketing* 133, no. 3 (1999). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/03090569910249229>.
- Xu, Xiaoyu, Jen Her Wu, and Qi Li. “What Drives Consumer Shopping Behavior in Live Streaming Commerce?” *Journal of Electronic Commerce Research* 21, no. 3 (2020).
- Yudiantara, Putu Oka, and I Gst. Ngr. Jaya Agung Widagda. “Role of Trust in Mediating the Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Decisions to Use the LinkAja Digital Wallet.” *International Journal of Health Sciences* 6, no. July (2022): 6310–27. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns4.11176>.
- Zhang, Kem Z.K., and Morad Benyoucef. “Consumer Behavior in Social Commerce: A Literature Review.” *Decision Support Systems* 86 (2016). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dss.2016.04.001>.
- Zhang, Min, Fan Qin, G. Alan Wang, and Cheng Luo. “The Impact of Live Video Streaming on Online Purchase Intention.” *The Service Industries Journal* 40, no. 9–10 (2020). <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1576642>.
- Zuhirsyah, Muhammad, and Nurlinda Nurlinda. “Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah.” *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 2 (2021): 2721–6241. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>.
- Zuhri, Ahmad saefudin, Syamsul Hidayat, and Moh. Abdul Khaliq Hasan. *Pendidikan Transformasi Kesalehan Individu Menuju Kesalehan Sosial Di Era Globalisasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.
- Zuniatami, Azzahra Lintang, and Arya Samudra Mahardhika. “The Role of Perceived Security in E-Wallet Adoption Using TAM Among.” *Jurnal Ekonomi Bisnis* 9, no. 2 (2025). <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/e-bis.v9i2.2263>.