

DAFTAR PUSTAKA

- Afmi Fuad, Puspitawati, I., & Akhrori, M. N. (2022). Impulsive buying pada konsumen tanaman hias di masa pandemi (studi deskriptif). *Jurnal Kesehatan dan Kedokteran*, 1(2), 59–65. <https://doi.org/10.56127/jukeke.v1i2.257>
- Aina, Q. (2021). Pengaruh Kepribadian Model Big Five Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Yang Melakukan Belanja Online.
- Arundati, N., Vania, A. A., & Arisanti, M. (2019). Perilaku Celebrity Worship Pada Anggota Fandom Exo Dalam Komunitas Exo-L Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 53–72. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v13i1.5217>
- Asrie, N. D., & Misrawati, D. (2020). Celebrity worship dan Impulsive buying pada Penggemar KPOP Idol. *Journal of Psychological Perspective*, 2(2), 91–100. <https://doi.org/10.47679/jopp.022.12200008>
- Aurelia, A. Z. (2023) Hubungan Antara Celebrity Worship dengan Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Penggemar BTS di Kota Bekasi. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203. <https://doi.org/10.24014/pib.v1i3.9858>
- Azwar, S. (2017). Metode Penelitian Psikologi Edisi II. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barrang, P. (2022). *Celebrity Worship ada Penggemar Kpop Berdasarkan Demografi*. 139.
- Budiarti, E. P. (2022). Analisis Perilaku Loyalitas Dan Fanatisme Fans NCT
- 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>
- Edy, I. C., & Haryanti, S. S. (2018). Impulsive Buying Behavior pada Konsumen Online. Prosiding: ISSN, 2621, 1572.
- Fachlya, S. (2022). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Fandom Army Di Masa Dewasa Awal. *Psikologi Makassar*, 1–107.
- Farchina, I., Muzammil, S., Utami, A. B., & Rista, K. (2023). Impulsive buying pada perempuan dewasa awal: Bagaimana peranan self-control? *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(3), 385–394.

- Fuziyah, S. A. & Nurhayati, S. R. (2023). Pengaruh Fanatisme terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar Boyband NCT. *Jurnal Psikologi Insight*, 7(2), 125-140. <https://ejournal.upi.edu/index.php/insight/index>
- Fidela Tyoni, A., & Syarifah, D. (2022). Pengaruh Celebrity Worship dan Self-esteem terhadap Impulsive Buying pada Penggemar K-POP Dewasa Awal. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, X, 1–9.
- Firdaus, D., & Yusuf, U. (2018). Hubungan antara Self Esteem dengan Impulsive Buying (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi yang Berbelanja Melalui Instagram). *Prosiding Psikologi*, 38–44.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, D., & Sumaryanti, I. (2022). Hubungan Celebrity Worship dengan Problematic Social Media Use pada Penggemar BTS di Kota Bandung. Vol. 2 No. 1. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.523>
- Hardini, S. A. (2023). Perilaku Pembelian Impulsif Remaja Pengguna TikTok Shop: Ditinjau Dari Mindfulness. Universitas Merdeka Malang.
- Hariyadi, S., & Kemalasari, M. L. (2022). Celebrity Worship Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Introvert dan Ekstrovert Pada Penggemar K-Pop. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 11(1), 61–69. <https://doi.org/10.15294/sip.v11i1.61554>
- Hermadana, H. (2020). Keterampilan Sosal Dengan Pemujaan Selebriti Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 462. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i3.5364>
- Hurlock, Elizabeth B. (2011). Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Erlangga.
- Istiqlaliah, S. (2023). *Hubungan Celebrity Worship Dengan Perilaku Impulsive Buying Merchandise NCT Pada NCTZEN*. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Kacen, Jaqueline, and Julie Anne Lee. 2002. *The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior*. *Journal of Consumer Psychology*, 12 (2), pp. 163-176.
- Khairunnisa, A. F., Priyatama, A. N., & Astriana, S. (2021). Impulsive Buying Pada Fans K-Pop Di Twitter. *Jurnal Psikohumanika*, 13(2), 1–9. <https://doi.org/10.31001/j.psi.v13i2.1332>

- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences*, 40(2), 273–283. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.07.004>
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Martin, M. M., & Cayanus, J. L. (2004). Celebrity worship, cognitive flexibility, and social complexity. *Personality and Individual Differences*, 37(7), 1475–1482. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.004>
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29. <https://doi.org/10.1097/00005053-200301000-00005>
- McCutcheon, L., Lange, R., dan Houran, J. (2002). “*Conceptualization and measurement of celebrity worship*”. *British Journal of Psychology* vol 93, hal. 67-87
- Muharsi, L., & Iskandar, P. M. (2022). Mengenal Impulsive Buying Behavior. Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian, 2798-2580. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/download/2599/1710>
- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 92–109.
- Nabilah, S., & Sosialita, T. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying pada Dewasa Awal yang Mengakses Konten Celebrity Endorser di Digital Platform. Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/133045>
- 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>
- Nusaresearch. (2018). Laporan Riset Grup K-Pop Tahun 2018. Diakses 27 Agustus 2020, dari https://nusaresearch.net/public/news/863-Laporan_Riset_Grup_KPop_Tahun_2018.nsr.
- Permana, R. A., & Kusdiyati, S. (2016). Hubungan Self Esteem dengan Impulse Buying pada Mahasiswa Angkatan 2013 Fakultas Ekonomi Universitas X Bandung. *Prosiding Psikologi*, 2(2), 764–769.

- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan Fanatisme pada Remaja Korean Wave. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 84–90. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3286>
- Pratama, M. N. P. (2023). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Impulsive Buying Pada Penggemar K-Pop Usia Dewasa Awal di Indoneisa. Universitas Bosowa Makassar.
- Pratiwi, A., & Rahmasari, D. (2022). Pengaruh Konformitas Dan Regulasi Diri Terhadap Perilaku Impulsif Membeli Pada Dewasa Awal The Effect of Conformity and SelfRegulation on Impulsive buying Behavior in Early Adults. 10(01), 888–896.
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Puspitasari, D., Argiati, S., & Putrianti F G (2022). Impulsive Buying Ditinjau dari Kontrol Diri pada Mahasiswi Penggemar K-Pop di Yogyakarta. *Journal of Psylogical Students*, 1(2), 1-7. DOI: 10.15575/jops.v1i2.16977
- Rahmadhani, N., & Bakar, R. M. (2023). Pengaruh Self Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Wanita Pengguna Produk Kosmetik. *Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 554–562.
- Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescent idolization of pop singers: Causes, expressions, and reliance. *Journal of Youth and Adolescence*, 25(5), 631– 650. <https://doi.org/10.1007/BF01537358>
- Rivanto, E. B. R., & Haryanto, B. (2016). Pengaruh Respon Emosional Positif Konsumen pada Perilaku Pembelian Impulsif Dimoderasi Karakteristik Situasional. *Fokus Manajerial Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(2), 1–14.
- Riwu Kaho, T., Wijaya, R. P., & Benu, J. (2023). Celebrity Worship's Contribution to Teenagers' Impulsive Buying of K-Pop Fans. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 338-343. <https://doi.org/10.5281/zenodo.795256>
- Riyanto, S., & Hermawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish.
- Rizqiyah, S. (2023). *Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Implusive Buying Melalui E-commerce Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2020-2022*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

- Santrock, Jhon W. (2011). *Life – Span Development:Perkembangan Masa Hidup*, Edisi 13, Jilid II. Jakarta:Erlangga.
- Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development : Perkembangan Masa Hidup Jilid I*. (B. Widyasinta, Penerj.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sari, N., Kumala, I, D., Rachmatan, R., & Salisa, F. (2022). Mindfulness dan Impulsive Buying Pada Dewasa Awal yang Melakukan Belanja Online Selama Pandemi Covid-19. *JSEH*, Vol (8), 274-281. <https://jseh.unram.ac.id/index.php/jseh/>
- Shinta, I. (2023). Hubungan Celebrity Worship dengan Perilaku Impulsive Buying Merchandise NCT Pada Nctzen. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Sihotang, A. (2009). Hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada remaja
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunarni. (2016). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Identitas Diri Remaja Usia SMA Di Kota Yogyakarta. 5.
- Supraktiknya, A. (2014). *Pengukuran Psikologis*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- 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>