

DAFTAR PUSTAKA

- Achmada., Sadewo. (2014). Pola Perilaku Konsumtif Pecinta Korea Di Korea Lovers Surabaya Community (KLOSS Comunnity). *Paradigma*, 2(3).
- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2017). Pembelian impulsif pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123-130.
- Andraini, W. H. (2019). Pengaruh Tingkatan Celebrity Worship Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Pembelian Produk Yang Berkaitan Dengan Idola (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- 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.
- Aurelia, A., Mistety, O. (2023). Celebrity Worship Dan Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Penggemar BTS. *Jurnal WACANA*, 15(2), 144-151. <https://dx.doi.org/10.20961/wacana.v15i2.73159>
- Ceneca, R. C. (2019). Hubungan Body Image Dengan Celebrity Worship Pada Mahasiswa Di Kota Makassar. (Doctoral dissertation, Universitas Bosowa).
- CNBC, Indonesia. 2021. Impor Dari Negeri Kpop Meningkatkan Paling Tinggi di Maret 2021. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210415141008-4238128/impor-dari-negeri-kpop-meningkat-paling-tinggi-di-maret-2021>. Diakses pada tanggal 03 November 2023.
- Egsaugm. (2020). Fenomena Korean Wave Di Indonesia <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2023.
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-pop (Kpopers) (Studi Pada Penggemar Kpop Di Yogyakarta). (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Yogyakarta).
- Fachlya, S., Taibe, P., Purwasetiawatik, T. F. (2023). Pengaruh Celebrity Worship terhadap Perilaku Konsumtif pada ARMY di Masa Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(1), 195-201. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i1.2006>
- Fajariyani, R. (2018). Hubungan Kontrol Diri Dengan Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

- Frederika. A., Suprpto, M. H., Tanojo, K. L. (2015). Hubungan antara Harga Diri dan Konformitas dengan Celebrity Worship pada Remaja di Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita*. 4(1), 61-69.
- GoodStats. 2022. Indonesia Jadi Negara Dengan Fans K-pop Terbanyak Di Dunia. <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2023.
- Han, G. F., Akhmad, I., Hinggo, H. T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna *E-Commerce* Shopee Di Pekanbaru. *Accounting and Business Journal*, 2(1), 151–159.
- Herliyani, C. (2017). Kecenderungan Pembelian Implusif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Kampus I Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. (Doctoral dissertation, Universitas Sanata Dharma).
- IDN.Times. (2019). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans K-pop Kaya Raya Atau Cuma Modal Kuota?. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2023.
- Impulsif. 2016. Pada KBBI Daring. Diambil 28 Oktober 2023, dari <https://kbbi.web.id/impulsif>.
-
- Kaho, T. A. N. R., Wijaya, R. P. C., Benu, J. M. (2023). Kontribusi Celebrity Worship terhadap Pembelian Impulsif Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 338-343.
- Khoirunnisa, A. (2018). Hubungan Antara Konformitas Dengan Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar KPOP Di Kota Palembang. (Doctoral dissertation, Universitas Sriwijaya).
- Khairunnisa, A. F., Priyatama, A. N., & Astriana, S. (2021). Impulsive Buying Pada Fans K-Pop Di Twitter. *Jurnal Psikohumanika*, 13(2), 1-9.
- Kompas.com. 2023. Tak Sampai 15 Menit, Tiket Konser Suga BTS Hari Pertama dan Kedua Ludes Terjual. <https://www.kompas.com/hype/read/2023/03/27/125831066/tak-sampai-15-menit-tiket-konser-suga-bts-hari-pertama-dan-kedua-ludes>, diakses pada tanggal 26 Oktober 2023.
- Kumparan. (2018). Mencari Peruntungan dari Penjualan Merchandise K-pop. <https://kumparan.com/kumparank-pop/mencari-peruntungan-dari-penjualan-merchandise-k-pop>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2023.
- Kumparan. (2023). Populix Ungkap Sikap Masyarakat Indonesia saat Belanja Online : Impulsif. Populix Ungkap Sifat Masyarakat Indonesia saat Belanja Online: Impulsif | kumparan.com, diakses pada tanggal 12 Juli 2024.

- Laksmi, A. (2019). Hubungan Antara Status Identitas Diri Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Akhir Penggemar Korean Pop Di Kota Malang. Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Melanio, R. (2022). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Penggemar K-pop di JABODETABEK. (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Millah, S. L. (2019). Hubungan Antara Celebrity Worship Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Boyband BTS. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).
- Nafeesa., Novita, E. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Humanioran dan Sosial*, 21(2), 79-86. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- Nugraini, E. D. (2016). Fanatisme Remaja terhadap Musik Populer Korea dalam Perspektif Psikologi Sufistik (studi kasus terhadap EXO-L). (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Putri, N. L. T., Bakar, R. M., Hamid, A. N. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 2(5), 868-874.
- Pertiwi, Sella Ayu. (2013). Konformitas dan Fanatisme Pada Remaja Korean Wave. *Psikoborneo*, Vol.1, No.2, 2013: 84-90, ISSN 2477-2666/E-ISSN 2477-2674.
- Pontoh, M. E., Moniharapon, S., & Roring, F. (2017). Pengaruh Display Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Matahari Department Store Mega Mall Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Pratama, M. N. P. (2023). Pengaruh *Celebrity Worship* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Penggemar K-POP Usia Dewasa Awal di Indonesia. (Doctoral dissertation, Universitas Bosowa).
- Pratiwi, S. A. (2023). Maraknya K-pop di Indonesia: Pengaruh dan Dampaknya dalam Industri Musik dan Budaya. Maraknya K-pop di Indonesia: Pengaruh dan Dampaknya dalam Industri Musik dan Budaya (hipwee.com), diakses pada tanggal 12 Juli 2024
- Rahmadani, W. (2021). Pengaruh Diskon Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). 3(2), 567–599.
- Rappler. (2017). Memahami Demam K-pop di Indonesia. <https://www.rappler.com/world/indonesia/182270-memahami-demam-k-pop-indonesia/>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2023

- Rohmah. (2023). Lebih dari 16 Persen Fans K-pop Pernah Jadi Korban Penipuan. <https://tirto.id/lebih-dari-16-persen-fans-k-pop-pernah-jadi-korban-penipuan-gAzN>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2023.
- Rosita. (2020). Budaya Populer K-pop Yang Menjadi Candu Untuk Para Remaja Di Seluruh Dunia. <https://kumparan.com/khovifah97/budaya-populer-k-pop-yang-menjadi-candu-untuk-para-remaja-di-seluruh-dunia-1usdxTnvhdF>, diakses pada tanggal 28 Oktober 2023.
- Santrock, J. W. (2007). Remaja edisi 11. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Santoso, S. (2017). Menguasai statistic dengan SPSS 24. Jakarta: PT. Elemedia
- Triandanti, N., Azasya, S., Ramadani, B., Wardoyo, E. (2019). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans K-pop Kaya Raya Atau Cuma Modal Kuota?. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/amp/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota>, diakses pada tanggal 29 Oktober 2023
- Tribunnews. (2017). Dua Fans di Indonesia Dikabarkan Mencoba Bunuh Diri Usai Jonghyun Shinee Meninggal, Kisahnya Viral!. <https://www.tribunnews.com/seleb/2017/12/20/dua-fans-di-indonesia-dikabarkan-mencoba-bunuh-diri-usai-jonghyun-shinee-meninggal-kisahnyaviral>, diakses pada tanggal 29 Oktober 2023
- Tyoni, A. F. (2022). Pengaruh Celebrity Worship dan Self-esteem terhadap Impulsive Buying pada Penggemar K-POP Dewasa Awal. (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Utami, B. (2017). Pengaruh Nilai Belanja Hedonik terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif sebagai variabel perantara (Studi kasus pada pelanggan di Ambarukmo Plaza Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 6(1), 11-22.
- Utami, F. R., Rozali, Y. A., & Sitasari, N. W. (2021). Hubungan kontrol diri dengan celebrity worship pada ARMY BTS dewasa awal. In *Psychommunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul*, 1 (1).
- Valenciana, C., Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia . *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>
- Veronica, M., Paramita, S., Utami, L. S. (2018). Eksploitasi Loyalitas Penggemar dalam Pembelian Album K-Pop. *Koneksi*, 2(2), 433-440.
- Yahmini, E. (2019). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. Exero: *Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 41-56.

Zahra, S. (2019). Penggemar Budaya K-pop (Studi Mengenai Idelologi Penggemar Budaya K-pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya). (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).