

## DAFTAR PUSTAKA

- Andaryani, D., & Tairas. (2013). Perbedaan tingkat self control pada remaja laki-laki dan remaja perempuan yang kecanduan internet. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 2(3), 206–214.
- Anjani, P. S., & Astiti, D. P. (2020). Hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi jepang (anime) di denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1, 144–155.
- Aprilia, L., & Rahma Nio, S. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2–11.
- Arisandy, D. (2017). Kontrol diri ditinjau dari impulsive buying pada belanja online. *Jurnal Ilmiah PSYCHE*, 11(1), 63–74.
- Azwar, S. (2015). *Metode penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar .
- Azwar, S. (2017). *Penyusunan skala psikologis*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2019). *Reliabilitas dan validitas* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Azwar,S(2005). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert (the measurement scale and the number of responses in likert scale). *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember*, 2(2), 127–133. <http://umbidharma.org/iipp>
- Budiasuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan reliabilitas penelitian dengan analisis dengan nvivo, spss dan amos*. Mitra Wacana Media.
- Darmista A. (2015). Agresi budaya korea melalui k-pop di indonesia. [http://www.kompasiana.com/ajenkoya/agresi-budaya-korea-melalui-k-pop-diindonesia\\_54f90928a33311b9188b4bcf](http://www.kompasiana.com/ajenkoya/agresi-budaya-korea-melalui-k-pop-diindonesia_54f90928a33311b9188b4bcf) (diakses 29 Maret 2017).
- Elnina, D. R. (2022). Psikodinamika: jurnal literasi psikologi kemampuan self control mahasiswa ditinjau dari perilaku impulsive buying terhadap produk fashion. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 001–019.
- Endriana. (2022). "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen". *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1-10.
- Ghufron & Risnawati, (2014). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta : Ar Ruzz Media.
- Ghufron, M. N., & Rini, R. S. (2010). *Teori-teori psikologi*, Cetakan I. Yogyakarta: ar Ruzz Media Group.
- Ghufron, M. Nurdan Rini Risnawati. 2011. *Teori-teori psikologi*. Jogyakarta: Ar-Ruzz Media.

- Hadjali, H. R., Salimi, M., Nazari, M., & Ardestani, M. S. (2012). Exploring main factors affecting on impulse buying behavior. *Journal of American Science*, 8(1), 245–251.
- Madjid, A. N. F., Aswar, & Tajuddin, A. (2021). Efek kemampuan kontrol diri dalam menekan perilaku. *Jurnal Psikologi*, 6(1), 1–12.
- Mariri. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol diri: definisi dan faktor. *Journal of Innovative Counseling*, 3(2), 65–69. [http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative\\_counseling](http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling).
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian Terhadap Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying dalam Online Shopping. *Jurnal Kompetensi*, 10(1), 63–76.
- Nabilah, N. S., & Kusumandyoko, T. C. (2023). Pengenalan dampak negatif impulsive buying kepada remaja penggemar k-pop melalui perancangan e-book. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 5(2), 75–86. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metode penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Group Noor.
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. El. (2016). Pengaruh fanatisme dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian merchandise kpop (studi kasus pada komunitas penggemar grup k-pop svt di dki jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis* 2016, 4(4), 1–7.
- Rahman Afandi, A., & Hartati, S. (2017). Pembelian impulsif pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri. *Gajah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 123–130.
- Rizky Elnina, D. (2022). PSIKODINAMIKA: JURNAL LITERASI PSIKOLOGI Kemampuan self control mahasiswa ditinjau dari perilaku impulsive buying terhadap produk fashion. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 001–019.
- Rofiq, M. Q., Setyorini, T. D., & Lekahena, F. (2024). Self esteem and impulsive buying: study on online shopping behavior. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 12(1), 66. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v12i1.13370>

- Rosadi, D. S., & Andriani, I. (2023). Hubungan impulsive buying dengan perilaku berhutang pada pengguna pinjaman online. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 3655–3664. <https://jim.usk.ac.id/sejarah>
- Santrock, J. W. (2012). *Life-span development*, Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Sari, F., & Handayani, N. S. (2019). Remaja penggemar k-pop. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 179–188.
- Simbar, Frulyndese K. 2016. Fenomena konsumsi budaya korea pada anak muda di manado. *Jurnal Holistik*, hal 15-16
- Siregar, Sofyan. 2014. *Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono & Agus Susanto. 2015. *Cara mudah belajar SPSS & Lisrel*. CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Sumarwan, U. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen: panduan riset dan kajian: kepuasan, perilaku pembelian, gaya hidup, loyalitas dan persepsi resiko*. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Nabilah, N. S., & Kusumandyoko, T. C. (2023). Pengenalan dampak negatif impulsive buying kepada remaja penggemar k-pop melalui perancangan e-book. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 5(2), 75–86. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Rofiq, M. Q., Setyorini, T. D., & Lekahena, F. (2024). Self esteem and impulsive buying: study on online shopping behavior. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 12(1), 66. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v12i1.13370>
- Rosadi, D. S., & Andriani, I. (2023). Hubungan impulsive buying dengan perilaku berhutang pada pengguna pinjaman online. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 3655–3664. <https://jim.usk.ac.id/sejarah>
- Syafebti, D., & Fitriyana, R. (2023). Kontrol diri dan impulsive buying pada remaja penggemar k-pop. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 15(1), 50–59.

Yuliani, W. (2022). Hubungan antara impulsive buying dengan pembeli merchandise kpop NCT (Neo Culture Technology). *Indonesian Psychological Research*, 4(2), 102–109. <https://doi.org/10.29080/ipr.v4i2.667>