

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, K. (2021). Konsumtif Pada K-Poppers (Penggemar K-Pop) Di. *Skripsi*.
- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2019). Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44103>
- Anggriani, R., Abdurrahman, A., Ibrahim, I. D. K., & Faizal, R. B. (2021). Pengaruh Sifat Materialisme Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dan Kecenderungan Compulsive Buying Pada Remaja Di Kota Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 109–118. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1317>
- Anno, G., & Kusuma, D. (2020). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Fans JKT48 di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(4).
- 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>
- 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>
- Azwar, S. 2012. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badgaiyan, A. J., Verma, A., & Dixit, S. (2016). Impulsive buying tendency: Psychology & Marketing, 35 (3), 175-188 (2018) Measuring important relationships with a new perspective and an indigenous scale. *IIMB Management Review*, 28(4), 186–199. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2016.08.009>

- Chaplin, J.P. 2006. KAMUS LENGKAP PSIKOLOGI. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Chung, Beverland, Farrelly, & Quester. 2008. Exploring Consumer Fanaticism: Extraordinary Devotion in the Consumption Context. *Advances in Consumer Research*. Volume 35
- Darmawan, D., & Gatheru, J. (2021). Understanding Impulsive Buying Behavior in Marketplace. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.56348/jos3.v1i1.2>
- Eliani, Jenni. 2018. Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial Penggemar Idola K-Pop. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
- Fadillah, A. S., & Ratnasari, L. (2023). Fanaticism of Consumptive Behavior of Merchandise Purchasing in Student Boyband Fans. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i1.2339>
- Fadillah, F., & Kusumawati, N. (2021). Factors Affecting Makeup Products Online Impulsive Buying Behavior on TikTok. *Proceeding Book of The 6th ICMEM*, August, 11–13. <https://www.researchgate.net/publication/358090165>
- Faradila, Disza Alief. (2018). Hubungan Konsep Diri dan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Pakaian pada Mahasiswa. Skripsi: Prodi Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang
- Goddard, H. (2001). *Civil Religion*. New York Cambridge University Press
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar Kpop Di Semarang. *Jurnal Empati*, 11(1), 56–60. <https://doi.org/10.14710/empati.2022.33361>

- Hidayati, R. S. (2018). *Academica Academica. Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(1), 107–119. iksandaimul@gmail.com
- Huslaili, M., Isyanto, P., Sumarni, N., Buana, U., & Karawang, P. (2023). The Influence Of NCT 127 Brand Ambassadors And Brand Image On The Impulsive Buying Behavior Of Nature Republic Products On NCT 127 Fans On Social Media Twitter Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Dan Brand Image Terhadap Perilaku Impulsive Buying Produk Nat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7807–7817. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Juwita, S. H. (2018). Tingkat Fanatisme Penggemar K-POP dan Kemampuan Mengelola Emosi Pada Komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(7), 276. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/fipbk/article/view/12568>
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(2), 163–176. <https://doi.org/10.1207/153276602760078686>
- Khoiriah, Y. N., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Fanatisme, Packaging, Promotion, dan Product Innovation terhadap Keputusan Pembelian Produk BTS Meal Mcdonald's di Soloraya. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(4), 601–614. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i4.574>
- Laksita, Gea. 2015. *Media Baru dan Fanatisme Supporter (Analisis Isi Akun Fanpage Tim Basket National Basketball League untuk Melihat Fanatisme di Twitter)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Ni Luh Theresya Putri, Resekiani Mas Bakar, & Andi Nasrawati Hamid. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(5), 868–874. <https://doi.org/10.56799/peshum.v2i5.2204>

- Nugraini, (2016). *Fanatisme Remaja Terhadap Musik Populer Korea Dalam Perspektif Psikologi Sufistik (Studi Kasus Terhadap Exo-L)* (Skripsi). Fakultas Ushuluddin UIN Walisongo. Semarang.
- Pertiwi, Sella Ayu. 2013. *Konformitas dan Fanatisme Pada Remaja Korean Wave (Penelitian Pada Komunitas Super Junior Fans Club ELF “Ever Lasting Friend”) di Samarinda*. *Jurnal Psikologi*. Volume 1, Nomor 2
- Prakoso, Septyan Adhi. 2013. *Fanatisme Supporter Sepak Bola Ditinjau dari Tingkat Pendidikan*. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Psychology & Marketing*, 35 (3), 175-188. (2018).
- Puspitasari, D., Argiati, S. H. B., dan 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.
- Putri, D. A. K. (2019). *Pengaruh Money Attitude Dan Self-Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif*. 26–50. https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1876/%0Ahttps://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1876/8/UNIKOM_21215106_DIAH_AYU_KOMALA_PUTRI_BAB_II.pdf
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). *K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia*. *Protyf*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Qadri, R. A., Sinambella, F. A., & Arafah, N. N. (2024). *Analysis of K-Pop Fans Drivers in Purchasing Merchandise on Online Group Buying (Group Order)*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 127–138.
- Seregina, Anastasia. Koivisto, Elina. Mattila, Pekka. (2011). *Fanaticism – Its Development and Meanings in Consumers’ Lives*. Diakses dari www.aaltomediamark.org. (Diakses tanggal 21 Agustus 2019).

- Shakaib Farid, D., & Ali, M. (2018). Effects of Personality on Impulsive Buying Behavior: Evidence from a Developing Country. *Marketing and Branding Research*, 5(1), 31–43. <https://doi.org/10.33844/mbr.2018.60197>
- Silvers, J. A., McRae, K., Gabrieli, J. D. E., Gross, J. J., Remy, K. A., & Ochsner, K. N. (2012). Age-related differences in emotional reactivity, regulation, and rejection sensitivity in adolescence. *Emotion*, 12(6), 1235–1247. <https://doi.org/10.1037/a0028297>
- Spinrad, T. L., Eisenberg, N., Harris, E., Hanish, L., Fabes, R. A., Kupanoff, K., Ringwald, S., & Holmes, J. (2004). The Relation of Children's Everyday Nonsocial Peer Play Behavior to Their Emotionality, Regulation, and Social Functioning. *Developmental Psychology*, 40(1), 67–80. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.40.1.67>
- Sugiyono. 2006. Statistika untuk penelitian. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (*Mixed Method*). Bandung. Alfabeta.
- Susilowati, S. (2022). Strategy For Reducing Impulsive Buying Behavior In Online Consumers As The Impact Of Work From Home During The Pandemic. *Journal of Innovation and Applied Technology*, 8(2), 1508–1518. <https://doi.org/10.21776/ub.jiat.2022.008.02.13>
- Tanpli, Y. E., & Rinaldi. (2020). Pengaruh Pada Iklan Celebrity Endorser BTS Terhadap Impulsive Buying Behavior Pada Remaja di Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 3457–3463.
- Thorne, S., dan Bruner, G. C. 2006. An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism. *Qualitative Market Research:an International Journal*.

Ulayya, S., dan Mujiasih, E. 2020. Hubungan Antara *Self Control* Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Money* Pada Mahasiswa. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro: Jurnal Empati. 9(4), 271-279.

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>

Yulia Hermanto, E. (2016). Pengaruh Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behaviour Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 11–19. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.11-19>

Zahrotustianah, & Puspitasari, R. 2016. VIVALIFE. Diakses tanggal 11 Maret 2020 dari VIVA.co.id: <http://m.viva.co.id>.