

### DAFTAR PUSTAKA

- Aisi, S. R. (2022). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Penggemar Kpop* [Universitas Mercu Buana Yogyakarta]. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/15565/>
- Aldawiyah, & Damayanti, I. (2023). Bagaimana Religiusitas Siswa Madrasah Aliyah Mempengaruhi Kontrol Diri? *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 4(2), 56–65.
- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2020). Gaya Hidup Hedonisme Dan Impulse Buying Pada Mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 7(2), 71–78. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v7i2.7390>
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2–11.
- Arisandy, D., & Hurriyati, D. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang Yang Melakukan Belanja Online. *Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 3, 31–39.
- 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>
- Ayunita, T. P., & Andriani, F. (2018). Fanatisme Remaja Perempuan Penggemar Musik K-POP. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 02(01), 676–685. <http://pknk.web.id/index.php/PKNK/article/view/202>
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2018). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.

- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to Temptation: Self-control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior including the books *Evil: Inside Human Violence and Cruelty*, *Meanings of Life*, *Losing Control: How and Why People Fail at Self-Regulation*, and *The Social Dimension of*. *The Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676.
- Bong, S. (2011). Pengaruh In-Store Stimuli Terhadap Impulse Buying Behavior Konsumen Hypermarket Di Jakarta. *ULTIMA Management*, 3(1), 31–52. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v3i1.175>
- 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>
- Desmita. (2009). *Perkembangan peserta didik*. PT Remaja Rosdakarya.
- 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.
- Firhan, R., & Nio, S. R. (2021). Hubungan Regulasi Diri dengan Pembelian Impulsif Remaja Putri Bukittinggi Terhadap Produk Pakaian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2017), 3737–3743. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1454>
- Gąsiorowska, A. (2011). Gender as a moderator of temperamental causes of impulse buying tendency. *Journal of Customer Behaviour*, 10(2), 119–142. <https://doi.org/10.1362/147539211x589546>
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. S. (2010). *TEORI-TEORI PSIKOLOGI.pdf*.
- Gusnia, A. (2022). Hubungan Fanatisme K-Pop Dengan Motivasi Belajar Pada Remaja Di Kota Pekanbaru [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. In *State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau*. <https://repository.uin-suska.ac.id/62511/>
- Henry. (2021). *Indonesia Tempati Urutan ke-4 Penggemar Korean Wave Terbesar di Dunia*. Liputan6.Com. <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempati-urutan-ke->

4-penggemar-korean-wave-terbesar-di-dunia<https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempati-urutan-ke-4-penggemar-korean-wave-terbesar-di-dunia>

Hurlock, E. B. (1991). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan edisi 5*.

Lemeshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. In *Gadjah Mada University Press*.  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21960193>

Millah, S. L. (2019). Hubungan Antara Celebrity Worship dengan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Boyband BTS. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Pustaka Pelajar.

Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305.  
<https://doi.org/10.1086/209452>

Santrock, J. W. (2003). *Adolescence (Perkembangan Remaja)*. Erlangga.

Sappaile, B. I. (2007). Konsep Instrumen Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 006, 379–391.

Sari, F., & Handayani, N. S. (2019). Kontrol Diri Dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 179–188.  
<https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2442>

Siregar, N. F., & Rini, Q. K. (2019). Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 213–224.  
<https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2445>

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta cv.

Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal

- Success. *Jornal of Personality*, 72(2), 271–324.
- Twitter. (2021). *Fenomena Remaja Penggemar K-Pop*.  
<https://twitter.com/SoundOfYogi/status/1359547704842481666?t=mz9Dwcv19FivV6XTWNCS8Q&s=19>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.), 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Widhiarso, W. (2010). *Pengembangan Skala Psikologi : Lima Kategori Respons ataukah Empat Kategori Respons ?* 1–5.  
[http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/widhiarso\\_2010\\_-\\_respon\\_alternatif\\_tengah\\_pada\\_skala\\_likert.pdf](http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/widhiarso_2010_-_respon_alternatif_tengah_pada_skala_likert.pdf)
- Willems, Y. E., Boesen, N., Li, J., Finkenauer, C., & Bartels, M. (2019). The heritability of self-control: A meta-analysis. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 100(October 2018), 324–334.  
<https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2019.02.012>
- Wulandari, S. A., Budiati, A. C., & Nurhadi. (2018). Perilaku konsumtif peserta didik penggemar k-pop di SMA Negeri 4 Surakarta. *Jurnal FKIP Universitas Sebelas Maret*, 8(1), 1–15.
- Wulandari, W. (2018). The Effects of Self Control to Impulsive Buying in Buying Fashion Products on Boarding Students. *International Journal for Social Studies*, 04(08), 19–25.
- Yumna, R., Sabila, A., & Fadhilah, A. (2020). Aktivitas Fanatisme Kpop Di Media Sosial (Analisis Tekstual Pada Akun Twitter @Wingsforx1). *Syntax Idea*, Vol. 2, No. 5 Mei 2020, 02(9), 108.