

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, K. (2021). *Hubungan Antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Penggemar Kpop di Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). Fanatisme dan Perilaku Konsumtif pada Komunitas Penggemar K-Pop di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi*, 1(1), 75–84.
- Arini, D. P. (2021). Emerging Adulthood : Pengembangan Teori Erikson Mengenai Teori Psikososial Pada Abad 21. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 15(01), 11–20. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v15i01.1377>
- Arisandy, D. (2017). Kontrol Diri Ditinjau dari Impulsive Buying pada Belanja Online. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 11(2), 63–74. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalpsyche/article/view/9>
- Asrie, N. D., & Misrawati, D. (2020). Celebrity worship dan Kecenderungan impulsive buying pada Penggemar KPOP Idol. *Journal of Psychological Perspective*, 2(2), 91–100. <https://doi.org/10.47679/jopp.022.12200008>
- Az-zahra, R. (2022). *Fenomena Korean Wave dan Pengaruhnya*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/ratu-az-zahra/fenomena-korean-wave-dan-pengaruhnya-1yCt8U4jKGT/full>
- Azwar, S. (2017). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2019). *Penyusunan Skala Psikologi*.
- Blackpink Profil*. (n.d.). Forbes. Retrieved June 5, 2023, from <https://www.forbes.com/profile/blackpink/?sh=64ff4ed735ef>
- Chaplin, J. P. (2009). *Kamus Lengkap Psikologi (Terjemahan Kartin Kartono)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chung, E., Beverland, M., Farrelly, F., & Quester, P. (2008). Exploring consumer fanaticism: Extraordinary devotion in the consumption context. *Advances in Consumer Research*, 35, 333–340.
- Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Fans JKT48 di Surabaya. *Jurnal Psikologi*, 07(04), 13–18.
- Dwiyanti, N. M. F. S., Pujaastawa, I. B. G., & Laksmiwati, I. A. A. (2023). Pengaruh Budaya Pop Korea terhadap Gaya Hidup Remaja di Kota Denpasar , Bali. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(2), 162–170. <https://journal-nusantara.com/index.php/J-CEKI/article/view/1357>
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1). <https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442>
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-

- Army Medan. *Jurnal Diversita*, 6(2), 194–201.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31289/diversita.v6i2.3782>
- Fadillah, A. S., & Ratnasari, L. (2023). Fanatisme terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise pada Mahasiswa Penggemar Boyband. *Formosa Journal of Science and Technology (FJST)*, 2(1), 27–38.
- 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>
- Indonesia, T. C. (2023). *BLACKPINK Kembali Gemparkan Panggung Coachella 2023 Weekend Kedua*. CNN Indonesia.
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230423120637-227-941143/blackpink-kembali-gemparkan-panggung-coachella-2023-weekend-kedua>
- J Periantalo. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*.
- Jannah, M. (2014). Gambaran Identitas Diri Remaja Akhir Wanita yang Memiliki Fanatisme K-Pop di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1), 34–40.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v2i1.3571>
- KBS World Indonesian. (2022). *Penggemar Global Hallyu Lampau 150 Juta Orang, Menunjukkan Peningkatan Pesat*. KBS World Indonesian.
https://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=i&Seq_Code=66020
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2001). *Perilaku Konsumen* (N. Mahanani (Ed.); D. K. Yahya (Trans.); Jilid 2). PT GELORA AKSARA PRATAMA.
- MUKAROMAH, M., ZULVA, TARISA NOVITA INDANA MALIDA, O. N., & OKTAFIA, Y. (2021). Analisis Psikopatologi Kecenderungan Kecenderungan impulsive buying pada Salah Satu Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Ilmiah Psikologi Mind Set*, 12(2), 117–124.
<https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/mindset/article/view/2276>
- Nafeesa, & Novita, E. (2021). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Kecenderungan impulsive buying Pada Remaja Penggemar K-Pop*. 21(2), 79–86.
- Nayeem, T. (2014). Revised CSI and Australian consumers: incorporating ‘innovation’ and ‘automobile purchases.’ *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 24(3), 278–293.
<https://doi.org/10.1080/09593969.2013.855645>
- Nurhaidah, & Musa, M. I. (2015). Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pesona Dasar*, 3(3), 1–14.
<https://jurnal.usk.ac.id/PEAR/article/view/7506/6178>
- Oktafian, I. (2023). *Cerita Penjual Aksesori BLACKPINK di GBK: Dagangan Diborong Fans Asal Taiwan*. Detiknews. <https://news.detik.com/berita/d-6614856/cerita-penjual-aksesori-blackpink-di-gbk-dagangan-diborong-fans-asal-taiwan>
- Pradana, I. G. B. A. A. E., & Suparna, G. (2016). Pengaruh Store Environment Dan

- Impulse Buying Tendency Terhadap Urge To Buy Impulsively Dan Impulse Buying Behaviour. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 4101–4131.
- Prasetyo, D., Tayo, Y., & Kusumaningrum, R. (2022). Pengaruh Budaya Populer Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise pada Komunitas Blink Jabodetabek. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 992–1002.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. ALFABETA.
- Puspitasari, D., Argiati, S. H. B., & Putrianti, F. G. (2022). Kecenderungan impulsive buying Ditinjau dari Kontrol Diri pada Mahasiswi Penggemar K-Pop di Yogyakarta. *JoPS: Journal of Psychological Students*, 1(2), 1–7.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68–80. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Putri, K. A., Amirudin, & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *NUSA*, 14(1), 125–135.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar K-Pop dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13–23.
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1365671&val=1308&title=fanatisme penggemar kpop dalam bermedia sosial di instagram](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1365671&val=1308&title=fanatisme%20penggemar%20kpop%20dalam%20bermedia%20sosial%20di%20instagram)
- Santrock, J. W. (2002). *Psikologi Perkembangan* (Erlangga (Ed.); 2nd ed.).
- Seregina, A. (2011). *Fanaticism - Its Development and Meanings in Consumers ' Lives*. Aalto University.
- Sherly. (n.d.). *10 Grup KPop dengan Fandom Paling Loyal, Fans-nya Militan Banget!* IDN Times. Retrieved May 5, 2023, from <https://www.idntimes.com/korea/kpop/sherly-8/fandom-kpop-paling-loyal-c1c2>
- Suroso, Santi, D. E., & Pramana, A. (2010). Ikatan Emosional Terhadap Tim Sepakbola dan Fanatisme Suporter Sepakbola. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(1), 23–37.
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme Fans Kpop Dalam Blog Netizenbuzz. *Commonline*, 2(3), 190–205.
- Tietjen, R. R. (2023). Fear , Fanaticism , and Fragile Identities. *The Journal of Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10892-023-09418-9>
- Triadanti. (2019). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?* IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- 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/https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. G. (2001). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking. *European Journal of Personality*, 15. <https://doi.org/10.1002/per.423>

- Vihari, N. S., Sinha, N. K., Tyagi, A., & Mittal, S. (2022). Effect of Mindfulness on Online Impulse Buying : Moderated Mediation Model of Problematic Internet Use and Emotional Intelligence. *Frontiers in Psychology*, 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1012331>
- Wardhani, A. S. (n.d.). *Tiket Konser Blackpink Sold Out dalam 10 Menit, Blink Pasang Emoji Nangis*. Liputan6.Com. Retrieved May 5, 2023, from <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5126046/tiket-konser-blackpink-sold-out-dalam-10-menit-blink-pasang-emoji-nangis>
- Wood, M. (1998). Socioeconomic Status, Delay of Gratification, and Impulse Buying. *Journal of Economic Psychology*, 19(3), 295–320.