

DAFTAR PUSTAKA

- Andraini, W. H. (2019). Pengaruh Tingkatan *Celebrity Worship* Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja dalam Pembelian Produk yang Berkaitan dengan Idola. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(3), 13–26.
- Anindita, F. (2022). Hubungan *Celebrity Worship* Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologika*.
- Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). Fanatisme dan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar k-pop di Karawang. *Empowerment Journal*, 1(1), 75–84.
- 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.
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8, 92–102.
- 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>
- Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran *Celebrity Worship* Pada Penggemar K-Pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203. <https://doi.org/10.24014/pib.v1i3.9858>
- Azwar, S. (2013). *Sikap manusia: Teori dan Pengukurannya* (edisi 2). Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas* (edisi 4). Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2019). *Celebrity Worship* on Early Adult K-Pop Fangirling. *Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 304(Acpch 2018), 167–170. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.41>
- Charistia, A. J., Matulesy, A., & Pratitis, N. (2022). Perilaku konsumtif ditinjau dari kontrol diri dan *celebrity worship* penggemar NCT. *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(1), 96–107.

- Efathania, V. N., & Aisyah. (2019). Hubungan antara Big Five Personality Trait dengan Celebrity Worship pada Dewasa Muda Penggemar K-Pop di Sosial Media. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 10(01), 1–16. <https://doi.org/10.35814/mindset.v10i01.734>
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. L. (2012). Data Definition. *Encyclopedia of Database Systems*, 1–2. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7993-3_80736-1
- Henrietta. (2012). *Impulsive Buying* Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6.
- Khairunnisa, A. F., Priyatama, A. N., & Astriana, S. (2021). *Impulsive Buying* Pada Fans K-Pop Di Twitter. *Jurnal Psikohumanika*, 13(2), 1–9.
- Kusuma, N. N. (2013). Hubungan *Celebrity Worship* Terhadap Idola K-Pop (Korean Pop) Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja. *Jp Psikologi Sosial*, 1(1), 2–3.
- Loudon, D. L. & Bitta, A. J. 2003. *Consumer Behavior Concept and Application*(4th edition). Singapore McGraw-Hill
- Maharani, R. A., Sitasari, N. W., & M, S. (2016). Hubungan Harga Diri dengan *Celebrity Worship* Pada Anggota Bollywood Mania Club Indonesia di Jakarta. *Jurnal Psikologi*, 1–11.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D. D. (2004). Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health. *British Journal of Psychology*, 95(4), 411–428. <https://doi.org/10.1348/0007126042369794>
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29. <https://doi.org/10.1097/00005053-200301000-00005>
- Mandas, A. L., Suroso, S., & S, D. S. (2019). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan *Celebrity Worship* Pada Remaja Pecinta Korea Di Manado Ditinjau Dari Jenis Kelamin. *Psikovidya*, 22(2), 164–189.
- Nafeesa, N., & Novita, E. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku *Impulsive Buying* Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 21(2), 79–86. <https://doi.org/10.31294/jc.v21i2.10319>
- Pemayun, D. P., & Ekawati, N. W. (2016). Pengaruh promosi, atmosfer, gerai, dan merchandise terhadap pembelian impulsif pada Hardy's mall gatsu Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4132–4160.
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Pramono, G. V., & Wibowo, D. H. (2020). Hubungan Self Monitoring Dengan *Impulsive Buying* Terhadap Produk Fesyen Pada Mahasiswi Rantau. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 4(2), 103. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v4i2.3702>

- 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.
- Rojek, C. 2012. *Fame attack: The inflation of Celebrity and its consequences*. New York: Bloomsburry Publishing Inc.
- Sai Fuddin Azwar. (2013). *Sikap manusia: Teori dan Pengukurannya* (edisi 2). Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Sai Fuddin Azwar. (2015). *Reliabilitas dan Validitas* (edisi 4). Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development : Perkembangan Masa Hidup Jilid I*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *metode penelitian manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung : Alfabeta.
- Tyoni, A. F., & Syarifah, D. (2022). *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental Pengaruh Celebrity Worship dan Self-esteem terhadap Impulsive Buying pada Penggemar K-POP Dewasa Awal*. X.
- Utami, F. R., Sitasari, N. W., & Rozali, Y. A. (2019). *Hubungan kontrol diri dengan celebrity worship pada dewasa awal penggemar kpop*. 9, 1–110.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.). <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Veronica, M., & Paramita, S. (2019). Eksploitasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album K-Pop. *Koneksi*, 2(2), 433.
- Virgy Pramono, G., & Hendro Wibowo, D. (2019). Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fesyen Pada Mahasiswi Rantau. *Jurnal Psikologi Perseptual* , 4(2), 103–110.
- Zhang, E. M. (2013). *Celebrity Worship, Materialism, Impulsive Buying, and the Empty Self*. *Psychology & Marketing*, 30(6), 461–469.