

DAFTAR PUSTAKA

- A. King, Laura. 2012. Psikologi Umum. Jakarta : Salemba Humanika.
- Asrizal. (2018). 5 Penyakit Psikologis yang Banyak Diderita Fans Artis K-Pop Garis Keras. Diakses pada tanggal 25 Januari 2022 dari <https://www.idntimes.co/science/experiment/asrizal/5-penyakit-psikologis-yang-banyak-diderita-kpopers/5>
- Azwar, S. 2015. Metode Penelitian. Yogyakarta; Pustaka Pelajar
- Andina, A. N. (2019). Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop. *Https://Doi.Org/10.36418/Syntax-Idea.V1i8.100*, 1(8), 1–9.
- Asrizal. (2018). 5 Penyakit Psikologis yang Banyak Diderita Fans Artis KPop Garis Keras. <https://www.idntimes.com/science/experiment/asrizal/5-penyakit-psikologis-yang-banyak-diderita-kpopers>
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psicología social de Baron y Byrne cumple treinta y tres años desde su primera*.
- Dewi, S. K. (2017). *Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja*. <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/full>
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 4(313), 67–85.
- Ekapaksi, N. (2016). Pengaruh Konformitas dan Harga Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Aitem Fashion (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman). *Psikoborneo*, 4(3), 612–620.
- Ekowati, T. (2009). Compulsive buying: Tinjauan pemasar dan psikolog. *Segmen Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/41>

- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Metodologi Penelitian*, September, 2–3. <https://www.academia.edu>
- Irawan, O. N., & Nur, P. (2018). *THE RELATION OF SELF-PRESENTATION AND COMPULSIVE BUYING*. 107–112.
- Jae, N., Lee, H., & Asian, E. (2020). *What is your opinion on buying Kpop albums ? Are they a waste ?*
- Khoirunnisa, A., Psikologi, P. S., Kedokteran, F., & Sriwijaya, U. (2018). *Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar*.
- Kim, Y. (2018). *K-Pop You're My Happiness*.
- King, L. A. (2010). *Psikologi umum : sebuah pandangan apresiatif* Laura A. King (p. 542).
- Lee, Y. J., & Park, J. K. (2008). The mediating role of consumer conformity in E-compulsive buying. *Advances in Consumer Research*, 35, 387–392.
- LESTARI A, A., & KRISTIYANTO, D. (2018). Pengaruh Orientasi Fashion, Money Attitude dan Self-Esteem terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada Remaja (Studi pada Konsumen Produk Telepon Selular di Surabaya). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 4(2), 128. <https://doi.org/10.26740/bisma.v4n2.p128-144>
- Maccarrone-Eaglen, A., & Schofield, P. (2017). Compulsive buying behavior: Re-evaluating its dimensions and screening. *Journal of Consumer Behaviour*, 16(5), 463–473. <https://doi.org/10.1002/cb.1652>
- Mardison, S. (2016). Konformitas Teman Sebaya Sebagai Pembentuk Perilaku Individu. *Psikologi Sosial*, 78–90.
- Marianti, Y. (2020). *5 Negara dengan Penggemar K-Pop Terbanyak, Indonesia Nomor Berapa ya?* <https://www.indozone.id/music/zosYeYY/5-negara-dengan-penggemar-k-pop-terbanyak-indonesia-nomor-berapa-ya/read-all>
- Nursanti, M. I. (2013). Descriptive analysis of k-pop fans as media audience in consuming and constructing meaning. *Interaksi Online*, 1(2).

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/2259>

- O'Guinn, T. C., & Faber, Ronald J. (1989). Compulsive buying Phenomenological Exploration.pdf. In *The Journal of Consumer Research* (Vol. 16, Issue 2, pp. 147–157). http://www.psych.ualberta.ca/~msnyder/p486/read/files/O_F1989.pdf
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*.
- Putri, N. A. (2019). *KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGEJAR K-POP BTS ARMY*.
- Rais, M. R., & Marjohan, M. (2020). Contribution of Self Confidence and Peer Conformity to Interpersonal Communication. *Journal of Educational and Learning Studies*, 3(1), 75. <https://doi.org/10.32698/0992>
- Rohman, J., & Baidun, A. (2019). Pengaruh Citra Diri (Self Image) dan Konformitas Terhadap Perilaku Compulsive Buying pada Remaja. *TAZKIYA: Journal of Psychology*, 1(2). <https://doi.org/10.15408/tazkiya.v1i2.10679>
- Santrock, J. W. (2019). Life-span development, 7th ed. In *Life-span development, 7th ed.* McGraw-Hill Higher Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*.
- Sumarto, Subroto, A., & Arianto, A. (2012). Penggunaan Kartu Kredit Dan Perilaku Belanja Kompulsif: Dampaknya Pada Risiko Gagal Bayar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.1-7>
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2006). *Social Psychology 12th Edition by Shelley E. Taylor, Letitia Anne Peplau, David O. Sears (z-lib.org).pdf*.
- Triadanti, N., Azasya, S., Barus, R., & Wardoyo, E. (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/full>
- Ubaedul Mustofa, K. B. M. R. (2019). Peran Suasana Hati, Harga Diri dan Sikap Tentang Uang Dalam Mempengaruhi Perilaku Pembelian Kompulsif : Studi Empiris Pada Mahasiswa di Kota Semarang. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah*

Ekonomi Dan Pembelajarannya, 7(2), 89.
<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i2.4774>

Valence, G., Alain, D., & Fortier, L. (1988). Compulsive Buying: Concept and Measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11(1981), 419–433.

Vero. (2020). *I always feel bad after buying kpop albums*.

Wicaksono, A. (2020). *Fan K-Pop Indonesia Kalah Ramai Dibanding Thailand di Medsos*.
 Www.Cnnindonesia.Com.
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200114151427-227-465235/fan-k-pop-indonesia-kalah-ramai-dibanding-thailand-di-medsos>

Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2019). *The Effect of Fashion Orientation, Money Attitude, Self Esteem, and Conformity on Compulsive Buying: A study on youth customer in Bandung*. 65(Icebef 2018), 639–642.
<https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.136>

