

Daftar Pustaka

- Afandi, A. R., & Hartatati, S. (2017). Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri. *Gadjah Mada Journal Of Psychology*, 3(3), 123–130.
- Anggriani, I., & Indasari, F. (2018). Analisis Perbedaan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Gender Konsumen Pada Puncak Toserba Bengkulu. *Jurnal Unived*.
- Anin, A. F., Rasimin, B., & Atamimi Nuryati. (2015). Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 35(2), 181–193.
- 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. 3(1).
- 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>
- Aurelia, A. Z., & Oktaviana, M. (2023). Celerbrity Worship dan Impulsive Buying pada Dewasa Awal Penggemar BTS. *Jurnal Psikologi Wacana*, 15(2), 144. <https://doi.org/10.20961/wacana.v15i2.73159>
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial* (Edisi Kesepuluh). Jakarta: Erlangga.
- Beatty, S. E., & Ferrel, M. E. (1998). Impulse Buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169–191.
- CNN Indonesia. (2022, January 26). *Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter*. CNN INDONESIA.
- Erlisya, R. (2021). Hubungan self esteem dengan impulsive buying pada mahasiswa UIN suska Riau.
- Ernayanti, N. M. D., & Marheni, A. (2017). Peran konformitas teman sebaya dan self monitoring terhadap impulsive buying pada remaja madya putri di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 226–236.
- Faiza Khairunnisa, A., Nanda Priyatama, A., & Astriana, S. (2021). Impulsive Buying Pada Fans K-Pop di Twitter. *Jurnal Psikohumanika*, 13(2), 1–9. <http://ejurnal.setiabudi.ac.id/ojs/index.php/psikohumanikaARTICLEINFO>
- Hilaliyah, Z., & Hendrastomo, G. (2021). Fenomena K-Pop Sebagai Konsumsi Budaya Populer di Kalangan Santriwati di Pondok Pesantren Al - Barokah. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.
- IDN Times. (2019, February 29). *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>
- Ismuna Adalia. (2022). *Perbedaan Konformitas Pada Mahasiswa Penggemar Budaya Ppopuler Korea Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin di UIN Ar-Rainiry Banda Aceh*.
- Jayadi. (2018). Pengaruh Gender Terhadap Perilaku Belanja Tak Terencana (Impulsive Buying Behaviour) (Studi Kasus Pelanggan Ritel Modern di

- Makassar). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian*, 3(2), 978–602.
www.minimarkettrak.com
- Jeanette, S. P. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Jurnal Koneksi*, 2, 395. www.allkpop.com
- Karina, A. P., Amirudin, & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *JURNAL UNDIP*, 14(1).
- kumparanK-POP. (2017, January 6). *Fanatisme Fans K-Pop: Candu Dan Bumbu Remaja*. KumparanK-POP. <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/1>
- Kusumowidagdo, A. (2010). Pengaruh Desain Atmosfeer Toko Terhadap Perilaku Belanja. *Journal of Marketing*, 3(1), 31–46.
- Lainsyamputty, N. P. A. (2021). Konstruksi Identitas dan Relasi Interpersonal oleh “Roleplayer” Artis K-Pop di Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10, 197–213. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3218>
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulsive Buying Dalam Online Shopping. *Journal Trunojoyo*, 10(1).
- Monks F.J, A.M.P Knoers, & Hadinoto Siti Rahayu. (2006). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya* (edisi keenam belas). GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2001). *Perilaku Konsumen* (edisi kelima). Jakarta: Erlangga.
- Myers, G. D. (2012). *Psikologi Sosial* (Edisi 10). Penerbit Salemba Humanika .
- Nafeesa, & Eryanti, N. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Humaniora* , 21(2), 79–86. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- Nagari, U. P., & Setyanto, A. E. (2020). Penggunaan Media Sosial Twitter (Pengaruh Motivasi Penggunaan Media, Intensitas Terpaan Media dan Persepsi Harga Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Pengikut Akun @BerburuSale di Media Sosial Twitter). *Jurnal Kommas*. <https://wearesocial.com/>,
- Periantalo, J. (2016). *penelitian kuantitatif untuk psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Pratiwi, A., & Rahmasari, D. (2022). Pengaruh Konformitas Dan Regulasi Diri Terhadap Perilaku Impulsif Membeli Pada Dewasa Awal. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(01), 888–896.
- Puspitasari, D., Hafisah, S., Argiati, B., & Putrianti, F. G. (2022). Impulsive Buying Ditinjau dari Kontrol Diri pada Mahasiswi Penggemar K-Pop di Yogyakarta The Relationship between Self-Control with Impulsive Purchases College Student K-Pop Fans. *JoPS: Journal of Psychological Students*.
- Putri, I. P., Dhiba, F., Liany, P., & Nuraeni, D. R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *Jurnal Unpad*, 3(1), 68–80.
- Putri, S. C. M., & Savira, S. I. (2021). Gambaran Citra Diri Fanboy KPOP (Sebuah Studi Pada Penggemar Laki-laki Musik Korea Dalam Komunitas Fandom). *Jurnal Penelitian Psikologi ENESA*, 8.
- Ravenska, N., & Zulvia, P. (2022). Perilaku Impulsive Buying Masyarakat Bandung Raya Pada Masa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perbedaan Gender. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(1), 15–26. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i1.133>

- Rizky Elnina, D. (2022). Kemampuan self control mahasiswa ditinjau dari perilaku impulsive buying terhadap produk fashion. *PSIKODINAMIKA: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 001–019. <https://nasional.sindonews.com/read>
- Rook, D. W., & Hoch, S. J. (1985). Consuming Impulses. *Advances in Consumer Research*, 12, 23–27.
- Rook, W. D. (1987). The Buying Impulse. *The Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199.
- Sahidin, M., & Insan, I. (2022). Pengaruh Konformitas Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Baru 2021 di Asrama Universitas Teknologi Sumbawa 1. *Jurnal Psimawa*, 5(2), 109–114. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/PSIMAWA>
- Sakinah, R. N., Hasna, S., & Wayuningsih, Y. (2022). Pengaruh Positif Fenomena K-Pop Terhadap Karakter Generasi Muda di Indonesia. *Journal on Education*, 05(01), 735–745.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan Remaja* (edisi keenam). Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. W. (2019). *Life-Span Development* (17 edition). New York: McGraw-Hill.
- Saputri, R. A. zahra. (2022). *Hubungna Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pda Penggemar K-Popers di Bekasi*.
- 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>
- Sarwono, S. W. (1999). *belanja mania ulasan perilaku konsumtif*. Jakarta : pusat penelitian universitas katholik Atmajaya.
- Sarwono, S. W. (2005). *Psikologi Sosial (Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sarwono W. Sarlito, & Meinarno A. Eko. (2009). *Psikologi Sosial*. jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Sears, O. D., & Peplau, L. A. (2002). *Psikologi Sosial* (Edisi kelima). Penerbit:Erlangga.
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). Impulsive buying pada mahasiswa di Banda Aceh. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2), 2548–4044.
- Sholikhah, M., & Dhanial, D. R. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Pembelian Impulsif Universitas Muria Kudus. *Psikovidya*, 21(1).
- 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>
- Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2009). *Consumer Behavior in Fashion* (Second Edition). Pearson/Prentice Hall.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ulya, N. A., Noviekayati, I., & Ananta, A. (2022). Perilaku Pembelian Impulsif Merchandise K-Pop Pada Remaja Wanita Komunitas Stay Ditinjau Dari Gaya Hidup. *Biopsikososial*, Vol.6 No.2.
- 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>

- 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>
- Yahmini, E. (2019). Kecenderungan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Ditinjau dari Latar Belakang Keluarga. *EXERO Journal of Research in Business and Economics*, 02(01), 2655–1527. <https://doi.org/10.24071/exero.2019.02.01.03>
- Yuliani, W. (2022). Hubungan antara Impulsive Buying dengan pembeli merchandise Kpop NCT (Neo Culture Technology). *Indonesian Psychological Research*, 4(2), 102–109. <https://doi.org/10.29080/ipr.v4i2.667>
- Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(01), 1829–6491. <https://doi.org/10.20414/jpk.v18i1.5195>

