

## DAFTAR PUSTAKA

- Andina, A. N. (2019). Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop. *Syntax Idea*, 1(8), 39–49.
- Anggraeni, S. N. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Arinda, D. (2021). Konformitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 528. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i3.6497>
- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological Wellbeing Penggemar K-Pop Dewasa Awal yang Melakukan Celebrity Worship. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 137–148. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.24729>
- Bahtiar, A., Meiyuntariningsih, T., Ririn Aristawati, A., & Psikologi, F. (2021). Fanatisme terhadap anime dan perilaku konsumtif. *INNER: Journal of Psychological Research*, 1(2), 70–75.
- Bangun, M. F. A., Muzzamil, F., & Nugraha, A. C. W. (2021). Efek Komunikasi Interpersonal Penyesuaian Diri Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang Menjalani Kuliah Kerja Nyata. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(2).
- Buana, Y. E. P. A., & Tobing, D. H. (2019). Motivasi mahasiswa penerima beasiswa BIDIKMISI Universitas Udayana mengikuti gaya hidup

hedonisme. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(02), 221.  
<https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i02.p01>

BTS ARMY Census. (2022). BTS ARMY Census 2022 Results. BTS ARMY Census. Diakses pada tanggal 31 Oktober 2023, melalui  
<https://www.btsarmycensus.com/2022-results>

Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2019). *Celebrity Worship on Early Adult K-Pop Fangirling*. 304(Acpch 2018), 167–170. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.41>

Chung, E., Farrelly, F., Beverland, M. B., & Karpen, I. O. (2018). Loyalty or Liability: Resolving the Consumer Fanaticism Paradox. *Marketing Theory*, 18(1), 3-30. <https://doi.org/10.1177/1470593117705696>

CNNIndonesia. (2022, Januari 26). Indonesia Jadi Negara dengan Kpoper Terbesar di Twitter. CNNIndonesia.com. Diakses pada tanggal 18 September 2023, melalui  
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>

Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Fans JKT48 di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(4), 13–18.

Diana, M. G. (2023, Agustus 21). Peringkat Teratas: 5 Artis K-Pop Paling Populer di Seluruh Dunia Tahun 2023. Gendis.id. Diakses pada tanggal 18 September 2023, melalui  
<https://www.gendis.id/entertainment/3443/peringkat-teratas-5-artis-k-pop-paling-populer-di-seluruh-dunia-tahun-2023>

Eliani, dkk. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Jurnal Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi* 3(1), 59–72

Fadillah, A. S., & Ratnasari, L. (2023). Fanaticism of Consumptive Behavior of Merchandise Purchasing in Student Boyband Fans. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i1.2339>

- Fahirra, H., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Korean Wave dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Official BTS. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 148–159.
- Fromm, E., & Anderson, L. A. (2017). *The Sane Society*. Routledge.
- Fuschillo, G. (2020). Fans, fandoms, or fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 347–365. <https://doi.org/10.1177/1469540518773822>
- Hayati, S. D. Y., Prabowo, A., & Hijrianti, U. R. (2022). Kebijakan (wisdom) dan fanatisme pada penggemar K-Pop. *Cognicia*, 10(1), 42–50. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v10i1.20089>
- 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>
- Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Mediapsi*, 6(1), 48–59. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.6>
- Islamy, R. Y. S. N., Yuniwati, E. S., & Abdullah, A. (2021). Perilaku Hedonis Pada Masa Dewasa Awal. *Seminar Nasional Psikologi Dan Ilmu Humaniora (SENAPIH)*, 1(1), 179–190.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.6>
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 10(2), 130–139. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.6>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Lestari, I. G. A. I., Sushanti, S., & Parameswari, A. A. A. I. (2021). Soft Power Sebagai Instrumen Peningkatan Ekonomi Korea Selatan: Popularitas Bangtan Sonyeondan (BTS) Tahun 2018-2020. *Disuksi Ilmiah Komunitas Hubungan Internasional*, 1(2), 278–289.
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri

- Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- McCutcheon, L. E., Zsila, Á., & Demetrovics, Z. (2021). Celebrity worship and cognitive skills revisited: applying Cattell's two-factor theory of intelligence in a cross-sectional study. *BMC Psychology*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.1186/s40359-021-00679-3>
- Misbahun, N., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological Meaning of Money oengan Gaya Hidup Hedonis Remaja di Kota Malang. *Psychology Forum UMM*, 8(1998), 528–596. <https://mpsi.umm.ac.id/files/file/582-596>
- Nafli, A. (2019). *Hubungan Antara Citra Diri dengan Perilaku Konsumtif Membeli Produk Make Up Pada Wanita Karir*. Universitas Islam Negeri Raden Inten Lampung.
- Nazarudin, H., & Widiastuti, T. (2022). Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Kota Kupang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(1), 29–35. <https://doi.org/10.37470/1.24.1.198>
- Novita, & Soetjningsih, C. H. (2023). Hubungan Hedonism Lifestyle Dan Perilaku Impulsive Buying Produk Fashion Pada Mahasiswa Psikologi Universitas X. *Jurnal Inovasi Penelitian ISSN*, 3(11), 7897–7904.
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. El. (2022). Pengaruh Fanatisme dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Group K-Pop SVT di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Pakpahan, E. Y., Adriansyah, M. A., & Putri, E. T. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(4), 727. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i4.6560>
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Periantalo, J. (2019). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Prakoso, S. A. (2013). Fanatisme supporter sepak bola ditinjau dari tingkat pendidikan. *Jurnal Psikologi, Universitas Gunadarma*, 8(1), 1–7.
- Pramestasari, N. (2022, Juni 05). Pengaruh Grup Kpop BTS (Bangtan Sonyeondan) terhadap Generasi Muda Zaman Sekarang. Kompasiana.com. Diakses pada tanggal 18 September 2018, melalui <https://www.kompasiana.com/bilprs03/629c19bcdf66a70dbe55f3f3/pengaruh-grup-kpop-bts-bangtan-sonyeondan-terhadap-generasi-muda-zaman-sekarang>
- 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.
- Rahmadani, D. (2023). *Hubungan Fanatisme Korean Wave (Drama Korea) Dengan Tingkat Religiusitas Mahasiswa Prodi PAI Angkatan 2019 Fakultas Ilmu Tarbiyah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Tahun Akademik 2022/2023*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>
- Robles, M. U. (2013). *Fanaticism In Psychoanalysis*. English : Karnac Books Ltd.
- Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development*. Jakarta: Erlangga.
- Saptoyo, R. D. A., & Wedhaswary, I. D. (2021, Juni 13). Mengapa BTS Bisa Sangat Terkenal?. Kompas.com. Diakses pada tanggal 18 September 2018, melalui <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/13/090400365/mengapa-bts-bisa-sangat-terkenal-?page=all>
- Sari, D. S. (2023, Juni 05). Grup KPOP dengan Fans Terbanyak di Indonesia Tahun 2023. Beritasatu.com. Diakses pada tanggal 18 September 2023, melalui <https://www.beritasatu.com/lifestyle/1049270/grup-kpop-dengan-fans-terbanyak-di-indonesia-tahun-2023>

- Setiawan, A. (2019). Hubungan antara Perilaku Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Saat Belanja Online Shop Pada Mahasiswi Angkatan 2016 FIP Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 6(4), 1–6.
- Setiawan, A., & Saragih, A. A. (2022). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Penggemar BTS Di Medan. *Jurnal Islamika Granada*, 3(1), 5–10.
- Situmorang, N. (2020). Tingkat Fanatisme Penggemar Musik Pop Korea (K-Popers) Terhadap Budaya K-Pop Pada Komunitas EXO-L Pekanbaru. *JOM FISIP*, 7, 1–14.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being* 10th edition. Pearson
- Sugiarto, B. J., & Erdiansyah, R. (2019). The Effect Of Brand Image And Social Environment On Consumptive Behavior And Its Implications For The Performance Working Of Young Workers In Jakarta. *Tarumanagara International Conference On The Applications Of Social Sciences And Humanities (Ticash)*, 439, 334–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/Assehr.K.200515.060>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, I. P., & Aritonang, N. N. (2023). Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Kota Medan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 7361–7373.
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. S. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i101>
- Tombeg, J. G. A. H. (2022). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Mahasiswa Yang Berasal Dari Minahasa. *Psikopedia*, 2(2), 115–122. <https://doi.org/10.53682/pj.v2i2.1549>
- Ulfairah, N. A. (2021). Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Kecamatan Sutera. *Jurnal Pendidikan*

*Tambusai*, 5(2), 5463-5475.

Valentina, A., & Istriyani, R. (2017). Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan.

*Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2(2), 71.

<https://doi.org/10.22146/jps.v2i2.30017>

Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan

Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*,

4(1), 41–49. <https://doi.org/10.24843/jpu.2017.v04.i01.p05>

