

DAFTAR PUSTAKA

- Achmada, L., & Sadewo, F. S. (2014). Pola Perilaku Konsumtif Pecinta Korea di Korea Lovers Surabaya Community (Kloss Community). *Paradigma*, 1-7.
- Agustiani, H. (2006). *Psikologi Perkembangan: pendekatan Ekologi Kaitannya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri pada Remaja*. Bandung: Refika Aditama.
- Ahmadi, & Sholeh. (2005). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Rinela Cipta.
- Alifah, N. N. (2022, September 22). *Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia*. Retrieved from <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>
- Al-Mighwar, M. (2006). *Psikologi Remaja*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anastasia, S. (2017). *Pengaruh Kontrol Diri, Celebrity Worship Dan Kepribadian Big Five Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Penggemar JKT48 Di Jabodetabek*. Jakarta: Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Andadini, T. S., & Darmawanti, I. (2023). Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Celebrity Worship Syndrome pada Komunitas NCTZEN Dewasa Awal. *Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 10, No.02, 268-286.
- Andraini, W. H. (2019). *Pengaruh Tingkatan Celebrity Worship Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Pembelian Produk Yang Berkaitan Dengan Idola*. Jakarta: Skripsi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
- Arundati, N., Vania, A. A., & Arianti. (2019). Perilaku Celebrity Worship Pada Anggota Fandom EXO Dalam Komunitas EXO-L Bandung. *Jurnal Komunikasi*, Vol. XIII No.01, Maret 2019, 53-72.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: (Anggota IKAPI) Pustaka Pelajar: (Anggota IKAPI) Pustaka Pelajar.
- Boon, S., & Lomore, C. (2001). Admirer-celebrity relationships among young adults: Explaining perceptions of celebrity influence on identity. *Human Communication Research*, 27(3), 432-465.
- Ciptaningtyas, P., & Prasetyo, A. R. (2022). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise Pada Remaja Penggemar Grup K-Pop NCT (Neo Culture Technology) di Indonesia. *Jurnal Empati*, Volume 11, Nomor 06, 381-385.

- Corchip. (2017, Oktober 23). *Unhealthy Obsession with Kpop Albums*. Retrieved from Allkpop.com: <https://www.allkpop.com/forim/threads/unhealthy-obsession-with-kpop-albums.114731/>
- D' Astous, A., Maltais, J., & Roberge, C. (1990). Compulsive Buying Tendencies of Adolescent Consumers. *Advances in Consumer Research*, 17, 306-312.
- Dameyasani, A. W., & Juneman, A. (2013). impulsive buying, cultural values dimensions, and symbolic meaning of money: A study on college students in Indonesia's capital city and its surrounding. *International Journal of Research Studies in Psychology 2013 October, Volume 2 Number 4*, 35-52.
- Darfiyanti, D., & Putra, M. G. (2012). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai Dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: sebuah Studi Kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1(2), 53-60.
- Desmita, R. (2008). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Destiana, W. (2022, Desember 7). *Tak Hanya Album, SM Entertainment Jual Berbagai Macam Merchandise Unik para Artisnya*. Retrieved from idxchannel.com: <https://www.idxchannel.com/ecotainment/tak-hanya-album-sm-entertainment-jual-berbagai-macam-merchandise-unik-para-artisnya>
- Dewi, D. K., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol.6, No.2, 291-300.
- Dittmar, H. (2005). A New Look at "Compulsive Buying": Self-Discrepancies and Materialistic Values As Predictors of Compulsive Buying Tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(6), 832–859.
- Dwike. (2017, September 1). *Fenomena Hallyu Wave Di Dunia*. Retrieved from Kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/dwikeinspirit/59a934eda049fa7a5957f733/fenomena-hallyu-wave-di-dunia>
- Edwards, E. A. (1993). *Depelopments of A New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior*. Michigan: Michigan University Departemen.
- Efathania, N. V. (2019). Hubungan Antara Big Five Personality Trait dengan Celebrity Worship pada Dewasa Muda Penggemar K-Pop di Sosial Media (Relationship between Big Five Personality Trait with Celebrity Worship among Early Adult K-Pop Fans in Social Media). *Mind Set*, Juni 2019, Vol. 10, No. 1, 1-16.

- Efathania, V. N. (2019). Hubungan Antara Big Five Personality Trait dengan Celebrity Worship pada Dewasa Muda Penggemar K-Pop di Sosial Media (Relationship. *Mind Set*, 1-16.
- Envira, R. (2019). *Hubungan Antara Pemujaan Selebriti Dan Gejala Depresi Pada Remaja Penggemar Idola Korea*. Depok: Skripsi : Fakultas Psikologi Universitas.
- Etikasari, Y. (2018). *Kontrol Diri Remaja Penggemar K-pop (K-popers) (Studi Pada Penggemar K-pop Di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Etikasari, Y. (2018). *Kontrol Diri Remaja Penggemar K-pop (K-popers) (Studi Pada Penggemar K-pop Di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fany. (2022, Februari 10). *Ekonomi fans K-pop: keterikatan emosional, dukungan tanpa henti, dan konsumsi berlebihan*. Retrieved from tfr.new: <https://tfr.news/articles/2022/2/10/ekonomi-fans-k-pop-keterikatan-emosional-duktungan-tanpa-henti-dan-konsumsi-berlebihan>
- Fatimah, N. (2021). Gambaran Perilaku Remaja Tentang Pernikahan Dini di Desa Plembutan Kecamatan Playen Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta. *Sukma : Jurnal Penelitian Psikologi*, 122-135.
- Guo, Z., & Chai, Y. (2011). Exploring the antecedents of compulsive buying tendency among adolescents in China and Thailand: A consumer socialization perspective. *African Journal of Business Management Vol. 5(24)*, 10198-10209.
- Gusliani, S. (2022). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Impulsive Buying Pada Remaja Akhir Penggemar K-Pop di Kota Bandung. *In Search Volume 21 No.2, November 2022*, 202-213.
- Halidi, R. (2023, Maret 15). *Bikin Malu, Taeyong NCT Semprot Sasaeng Diduga Asal Indonesia: Setop Telepon Terus!* Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/entertainment/2023/03/15/061500/bikin-malu-taeyong-nct-semprot-sasaeng-diduga-asal-indonesia-setop-telepon-terus>
- Harini, R. D. (2023, Januari 7). *Peringkat Boyband di Bulan Januari 2023 Diumumkan: Ada BTS dan NCT, Urutan Berapa?* Retrieved from depok.pikiran-rakyat.com: <https://depok.pikiran-rakyat.com/entertainment/amp/pr-096080751/peringkat-boyband-di-bulan-januari-2023-diumumkan-ada-bts-dan-nct-urutan-berapa?page=2>
- Intan, K., & Andhyantoro. (2014). *Kesehatan Reproduksi*. Jakarta: Selemba Mardika.

- Jang, G., & Paik, W. (2012). Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy. *Advances in Applied Sociology*, 196-202.
- Kim. (2022, Januari 26). *Indonesia Jadi Negara Dengan K-Poper Terbesar Di Twitter*. Retrieved from [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter](https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter)
- Kurnia, L. (2012). *Hubungan Antara Self-Esteem Dan Compulsive Buying Pada Wanita Dewasa Muda*. Depok: Skripsi. Universitas Indonesia Depok.
- Laksmi, A. (2019). *Hubungan Antara Status Identitas Diri Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Akhir Penggemar Korean Pop Di Kota Malang*. Malang: Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Maltby, J., & Liza, D. (2011). Celebrity Worship and Incidence of Elective Cosmetic Surgery: Evidence of a Link Among Young Adults. *Journal of Adolescent Health*, 49 (5), 483-489.
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated With Celebrity Worship. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 191 (1), 25-29.
- Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D., & McCutcheon, L. E. (2002). Thou Shalt Worship No Other Gods – Unless They Are Celebrities: The Relationship Between Celebrity Worship And Religious Orientation. *Personality and Individual Differences* 32 (2002), 1157-1172.
- Millah, S. L. (2019). *Hubungan Antara Celebrity Worship Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Boyband BTS*. Surabaya: Skripsi. Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Moore, M. (2009). *Compulsive shopping disorder: Is it real and can it be?* Chapel Hil: Faculty Of The University Of North Carolina.
- Musa, M. I. (2019). Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pesona Dasar*, 1-9.
- Muslimah, M. A. (2021). *Hubungan Gender Dalam Celebrity Worship*. Surakarta: Skripsi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah.
- Naomi, P., & Mayasari, L. (2008). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Siswa SMA Dalam Perilaku Pembelian Kompulsif: Perspektif Psikologi. *Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia*, 43-58.

- Nisrina, D. (2020). Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPOP) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu SOSIAL Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 78-88.
- Pasya, A. D. (2023). Pengaruh Celebrity Worship Pada Penggemar KPop Generasi Z Terhadap Online Compulsive Buying dengan Materialism Sebagai Variabel Mediasi. *K&K_Jurnal Manajemen*, Vol 2, No. 1, 283 - 302.
- Putri, D. E. (2019). *Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Perilaku Compulsive Buying Pada Dewasa Awal Anggota Komunitas Baia Bandung*. Bandung: Skripsi. Universitas Islam Bandung.
- Rachman, F. (2020, November 16). *3 Kafe ala Korea di Bandung, Tempat Nongki Asyik Buat KPopers*. Retrieved from okezone.com: https://travel.okezone.com/read/2020/11/16/301/2310463/3-kafe-ala-korea-di-bandung-tempat-nongki-asyik-buat-kpopers#google_vignette
- Rahajeng, H. (2014). *Perilaku Compulsive Buying pada Mahasiswa di Yogyakarta*. Yogyakarta: Skripsi. Lumbung Pustaka universitas Negeri Yogyakarta.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluck, C. S. (2012). Celebrity Worship, Materialism, Compulsive Buying and The Empty Self. *Journal psychology and marketing*, 29 (9), 67-87.
- Rie. (2020, Oktober 26). *Fans Indonesia Jadi Penyumbang Views Terbanyak di Kanal YouTube NCT U*. Retrieved from Dreamers.id: <https://hiburan.dreamers.id/article/92623/fans-indonesia-jadi-penyumbang-views-terbanyak-di-kanal-youtube-nct-u>
- Rosita. (2020, December 30). *Budaya Populer K-pop Yang Menjadi Candu Untuk Para Remaja Di Seluruh Dunia*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/khovifah97/budaya-populer-k-pop-yang-menjadi-candu-untuk-para-remaja-di-seluruh-dunia-1usdxTnvhdF>
- Ruslan, & Karisma, P. (2018). *Fenomena Gaya Hidup Penggemar KPOP Pada Remaja Di Bandung*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Sa'diyah, S. S. (2019). Budaya Penggemar Di Era Digital (Studi Etnografi Virtual) Pada Penggenar Bts Di Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2 (1), 46-80.
- Santrock, J. W. (2003). *Perkembangan Anak (edisi kesebelas jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development*. Jakarta: Erlangga.
- Saravena, A., & Saaksjarvi, M. (2008). Young compulsive buyers and the emotional roller-coaster in shopping. *Youbg Consumers Insight and Ideas for Responsible Marketers* 9(2), 75-85.

- Sari, R. K. (2016). Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying Pada Masa Remaja Akhir di Samarinda. *Psikoborneo*, Vol 4, No 1, 1-9.
- Sarwono, S. W. (2003). *Peran Orang Tua dalam Pendidikan Seks, Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Seftian, K. (2020, Desember 23). *Fandom Adalah Istilah Beken Dan Lekat Dengan K-Pop*. Retrieved from Magdalene.co: <https://magdalene.co/story/fandom-k-pop-army-bts>
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillet, R. (2007). Celebrity Worship, Addiction and Criminality. *Psychology, Crime & Laws*, 13(6), 559-571.
- Soetjaningsih. (2004). *Tumbuh Kembang Remaja Dan Permasalahannya*. Jakarta: CV Sagung Seto.
- Sofwan, A., & Sumaryanti, I. U. (2022). Pengaruh Celebrity Worship terhadap Compulsif Buying pada Penggemar K-pop Dewasa Awal Bandung. *Bandung Conference Series : Psychology Science* (pp. 269-276). Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Solomon, R. M. (2002). *Consumer Behavior, Buying, Having, and Being*. 8th. New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarni. (2015). Pengaruh celebrity worship terhadap identitas diri remaja usia sma. *E-Journal Bimbingan dan Konseling*, 5(1), 1-8.
- Triadanti. (2019, Februari 26). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?* Retrieved from idntimes.com: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/amp/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota>
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal diversita*, 204-214.
- Wahyuningsih, I. (2022, desember 22). *NCT DREAM Menjadi Satu-Satunya Artis Dengan 3 Juta Penjualan Album Pada Tahun 2022*. Retrieved from tribunnewswiki.com: <https://www.tribunnewswiki.com/2022/12/22/nct-dream-menjadi-satu-satunya-artis-dengan-3-juta-penjualan-album-pada-tahun-2022>
- Wandini,, F. A., & Suharyono, S. (2017). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap sikap konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna Produk Chateau Labiotte Wine Lipstick/Liptint Yang

Dipengaruhi Lirik Lagu 'Lotto' Oleh EXO). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50 (2), 203-209.

Wijayanti, A. A. (2012). Hallyu: Youngster' Fanaticism of Korean Pop Culture. *Journar Of Sociology*. 3(3), 1-24.