

DAFTAR PUSTAKA

- Adiesa. K. P., Lisda. S., 2021. Gambaran Celebrity Worship Dan Psychological Well Being Pada Wanita Fewasa Awal Penggemar Korean Pop. Samarinda. Psikoborneo Jurnal Ilmiah Psikologi. DOI: 10.30872/Psikoborneo
- Ariyanti, R. F, (2020). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador “EXO” dalam Iklan Nature Republic terhadap Perilaku Konsumtif (Survey terhadap Followers Fanbase”EXO” di Sosial Media di Instagram). UPN Veteran Jakarta.
- Asmaussolihat, S., Eni, N. N. 2022. Pengaruh Celebrity Worship terhadap Problematic Internet Use pada Anggota NCTzen Indonesia. Bandung. <https://doi.org/10.29313/bcpsi.v2il.1074>
- Astasari. A. R., Alimatus. S. 2012. Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Membeli Impulsif pada remaja Putri. Jurnal Universitas Wangsa Manggala Yogyakarta
- Aurelly, T., Sasanti, a. 2023. Perilaku Konsomtif Ditinjau dari Celebrity worship Syndrome pada Komunitas NCTZEN Dewasa Awal. Jurnal Penelitian Psikologi Vo 10 No. 02
- Ayuningtias, H. 2023. Psychological Well Being dan Celebrity Worship pada NCTzen. Skripsi. Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Baron, R. A dan Byrne, D. (2020) Psikologi Sosial Edisi Kesepuluh. Jkarta: Erlangga.
- Beatty, Sharon. E., & Ferrel, M. Elizabeth. (1998). “*Impulsive buying: Modeling Its Precursors*”. Journal of Retailing Vol. 74, No. 2.
- Budiarti, E. P. 2022. Analisis Perilaku Loyalitas dan Fanatisme Fans NCT. Skripsi. Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. 2019. Celebrity Worship on Early Adult K-Pop Fangirling. 304(Acpch 2018), 167. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.41>
- Cyrus R. M., Nitin, R.P. 1996. IBM SPSS Exact Test. Cambridge. Cytel Software Corporation and Harvard School of Public Health
- Damayanti, R., D. (2020). Hubungan antara Konformitas dan *Impulsive buying* pada Konsumen edai Kopi Dewasa Awal di Yogyakarta. Skripsi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta

- Dewi, I. A., Saputri., Yulia. A. 2021. Hubungan Perilaku Prosocial dengan Persepsi Penerimaan Teman Sebaya pada Remaja Akhir. *Acta Psychologia*, Vol 3 No 1, Hal 21 – 218
- Dezianti, D. A., Fina, H. 2021. Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. Malang. *Journal*
- Dhamayanti, M. Anne, D. R, Nita, A. Elsa, P.S, Viramita, K. R, Naman, S. 2017. Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Skrining Kekerasan terhadap Anak “ICAST-C” Versi Bahasa Indonesia. Bandung. Fakultas Kedokteran, Universitas Padjajaran
- Ernayanti. N. M dan Adijanti. M., 2019. Peran Konformitas Teman Sebaya dan Self Monitoring terhadap *Impulsive buying* pada Remaja Madya Putri di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*. e-ISSN: 2654 4024; p-ISSN: 2354 5607.
- Efendi, U. 2016. Psikologi Konsumen. Jakarta. PT. Raja Grafindo Pesada
- Fadzila, D. A. 2019. Pengaruh Metode Token Ekonomi terhadap Motivasi Belajar Matematika Peserta didik kelas III B Mi Ma'arif Giriloyo. *Jurnal Pendidikan Dasar Islam*
- Fahmeyzan, D., S. Soraya, D. Etmy. 2018. Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi Dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosis. *Jurnal Varian* 2(1): 31-36. DOI: <https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>
- Fandia, M. (2016, November 02). The Fandom for Idols – A Survey Report on Kpop Fans in Indonesia. Retrieved Januari 23, 2021, from <https://blog.jakpat.net/the-fandomfor-idols-a-survey-report-on-kpop-fansin-indonesia/>
- Fauziah. R., Diah. K., 2015. Fandom K-Pop Idol Dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanpage @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624). Surakarta. UPT Perpustakaan Universitas Sebelas Maret.
- Fitra, R. N. 2021. Pengaruh Korean Wave terhadap Minat Berwirausaha pada Fans Neo Culture Technology di Kota Medan. *Skrpsi. Universitas Sumatera Utara*
- Fitri, A. (2015). Fandom dan Media (Analisis Isi Kualitatif Pesan Tweet dalam Fandom Slasj Pairing Wonkyu di Twitter pada Kalangan Shipper di Jakarta). *Jurnal Online Universitas Sebelas Maret Surakarta*.

- Fridayanthie, E. W. 2016. Analisa Sistem Informasi Upload Promosi Harga Menggunakan Sap Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Pt Hero Supermarket Tbk. Jurnal Khatulistiwa Informatika. 4(1): 30-43.
- Gumelar, S. A., Risa, A. Adinda, A. L. (2021). Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop. Cognicia ejournal .umm.ac.id 2021 Vol. 9.
- Gusliani, S. 2021. Pengaruh Celebrity Worship Terhadap *Impulsive buying* Pada Remaja Akhir Penggemar K-Pop Di Kota Bandung. Fakultas Psikologi Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia. Bandung
- Handayani, M., C. (2020). Konformitas Remaja Penggemar Bangtan Boys pada ARMY di Kediri. IAIN Kediri.
- Hanifa, M. 2019. Pengaruh Konsep Diri dan Konformitas terhadap Pembelian Impulsif pada PNS Kementerian ESDM. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Hidayat, M., Jihan, N., A. (2022). Keberagaman pada Kelompok Penggemar K-Pop di Indonesia. Jurnal Studi Agama-agama. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Hendayana, Y., Ni'matul, A. (2020). Pengaruh Brand ambassador dan Korean Wave terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.3 No. 1-Desember 2020.
- Hurlock, E. B. 2019. Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. (Edisi Kelima). Erlangga. Jakarta.
- Ismaniar. (2022). Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard: Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop NCTzen 122 Surabaya. Skripsi. Universitas Islam Negeri Ampel Surabaya.
- Jannah, M., Siti, R.K., Nurhazlina, M. A. 2021. Perkembangan Usia Dewasa; Tugas dan Hambatan pada Korban Konflik Pasca Damai. Jurnal UIN Ar-Raniry Banda Aceh
- Khairani, A. M. (2019). Communication Behavior of Fanatic Fans in NCTzen Bandung Communities. Universitas Komputer Indonesia.
- Khoirunnisa, A. (2018). Hubungan antara Konformitas dengan *Impulsive buying* pada Remaja Penggemar KPOP di Kota Palembang. Skripsi. Universitas Sriwijaya Inderalaya.
- Lemeshow, et-all. (1997). Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Maghvirah. N, Purwanti, E. R, Krisnova, N. 2019. Kontribusi Konformitas Kelompok Teman Sebaya terhadap Keputusan Pembelian Geprek Benu

- pada Remaja di Kota Bukittinggi. Skripsi. Universitas Negeri Padang. Padang.
- Merisa, A. 2019. Hubungan antara Dukungan Sosial dengan Self Regulated Learning Siswa SMK. Padang. Jurnal Al-Qalb, Jilid 10, Nomor 2, Oktober 2019, hlm. 133-140
- Maya, S., L. (2018). Fenomena Konformitas Teman Sebaya dalam Perilaku Mencontekan Siswa kelas X SMAN 1 KUNTACANE. UIN Sumatera Utara
- Mehrabian & Stefl. (1995). Basic Temperament Components of Loneliness, Shyness, and Conformity. *Social Behaviour and Personality*, 1995, 23(3), 253-164. Doi: 10.2224/sbp.1995.23.3.253
- Miranda. Y. C. 2016., Kajian terhadap Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying dalam Online Shopping. Universitas Machung. Kompetensi, Vol 10, No 1.
- Myers, D.G. (2012). Psikologi Sosial. Jilid 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nafeesa, Eryanti N (2021) Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku *Impulsive buying* Pada Remaja Penggemar K-Pop, 2021 21(2), 79 – 86. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- Nasution, A. N. A. R. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, Perilaku Konsumtif, dan Fanatisme terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Konsumen Pengegemar Boy Group Korea NCT 127 di Indonesia). Semarang. Universitas Islam Negeri Walisongo
- Nurmayasari. A., 2014. Pengaruh Personality Traits, Konformitas dan Faktor Demografi terhadap *Impulsive buying* Pengunjung Mall di Kota Bogor. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Nursanti, I. M. (2013). Analisis Deskriptif Penggemar K-Pop sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memakai Teks Budaya. Summary Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Pabasita. M. P., 2019. Pengaruh Konformitas Teman Sebaya terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Fashion melalui E-Commerce pada Mahasiswi di Jakarta. Skripsi. Universitas Negeri Jakarta. Jakarta. <http://repository.unj.ac.id/id/eprint/3092>
- Perbawani, P, S., Almara, J. N. 2021. Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom Kpop di Indonesia. Yogyakarta. Jurnal Lontar Volume 9 Nomor 1 E-ISSN 2599-2104

- Prayoga, R. W. 2021. Determinana Berwiausaha di Indonesia. Malang. Jurnal Ilmiah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Purnomosidi, F., Pramesa, N. A. (2023). Konsep Diri Remaja Penggemar Kpop. Surakarta. Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of law and Social-Political Governance Vol. 3 No.1.
- Puspitasari, W., Yosafat, H. (2013). Gaya Hidup Penggemar K-Pop (BudayaKorea) Dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers di Surakarta. Jurnal FKIP UNS.
- Putra, A. L. S. (2018). Hubungan antara Harga Diri dengan Konformitas pada Siswa SMA di Yogyakarta yang Pernah Melakukan Tawuran. Skripsi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Putri, A. F., 2019. Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. Padang. Indonesian Journal of School Counseling. DOI: <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Putri. I. P., Farah. D. P. L., &Reni. N. (2019). K Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. Jurnal Unpad. ProTVF, Volume 3, No. 1, 2019, hlm. 68-80.
- Rahmayani. 2022. Fans NCT Wajib Tahu! Mengenal Makna NCTzen dan Sijeuni, Simak Perbedaan dan Penjelasannya. Karawangpost.com.
- Romadhona, I. D. (2021). Konformitas dan Perilaku Agresi Verbal Remaja Penggemar K-Pop. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Rook, D.W. (1987) Buying Impulse. Journal of Consumer Research, 14, 189-199.
- Santiyasa, I. W. (2016). Pengujian Hipotesis. Modul Kuliah. Ilmu Komputer Universitas Udayana. Bali.
- Sappaile. B. I. 2020. Konsep Instrumen Penelitian Pendidikan. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan. No. 006: 379-391. DOI:10.24832/jpnk.v13i66.356
- Sari, I. M. (2021). Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Mutu Pelayanan Akademik Tenaga Kependidikan di SMK Telkom Pekanbaru. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. Pekanbaru
- Sari, R.P. (2012). Fandom dan Konsumsi Media: Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior, ELF Jogja. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Selviana dan Mega, H. (2021) Pengaruh Kontrol Diri dan Konformitas terhadap Kecenderungan *Impulsive buying* pada Wanita Dewasa Awal Pengguna Skincare Di Jakarta. Universitas Persada Indonesia Y.A.I

- Setiawan, C.K., Sri, Y.Y. 2020. Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body shop Indonesia. Vol. 10, No.1
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.Bandung
- Suhaily, L., Yasintha, S. 20214. Analisis Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Dilihat dari Perbedaan Usia. Bina Ekonomi majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar. Volume 8
- Sumunarsih, S. B. 2020. Produktivitas Fandom ARMY dalam Kegiatan Fundraising di Sukarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Tridayanti, F., Sylvie, N. (2022). Pengaruh NCT Dream sebagai Brand Ambassador terhadap Brand Image Produk Mi Instan Lemonilo pada Generasi Muda. Medium Vol. 10. No.2.
- Verplanken, B., Herabadi, A. G. (2001). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feel-ing and no Thinking. European journal of Personality; John Wiley & Sons, Ltd.
- Widjaja, A. K., & Ali, M.M. 2015. Gambaran celebrity worship pada dewasa awal di Jakarta. Jurnal Humaniora Universitas Bina Nusantara, 6, 21-28. Doi: 10.21512/humaniora.v6i1.3294
- Wulandari, A. 2023. Pengaruh Budaya Korean Wave terhadap Peluang Bisnis pada Penggemar NCT (NCTzen) di Jakarta. Jakarta
- Wood, M. (1998). Socioeconomic Status, Delay of Gratification, and Impulse Buying. Journal of Economic Psychology. 19 (3)
- Yuliani. W., 2021. Hubungan antara Konformitas dengan *Impulsive buying* pada Remaja Pembeli Merchandise K-Pop NCT (Neo Culture Technology). Proposal skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya. Surabaya. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/52029>
- Yuliawan, B. A. P & Ganjar, E. S.2022. Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. Jurnal Penelitian Keislaman. Vol 18 No.1 (2022) 35 – 34, doi: <https://doi.org/10.20414/jpk.v18i1.519>
- Zahra, S. 2019. Penggemar Budaya K-Pop (Studi Mengenal Ideologi Penggemar Budaya K-Pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya). Universitas Airlangga. Surabaya.