

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2020). Somewhere between here and there: Negotiating researcher visibility in a digital ethnography of the influencer industry. *Journal of Digital Social Research*.
- Ali, I., & Isyanto, P. (2024). Analisis Strategi Penjualan dan Pemasaran Produk Skincare Ms Glow. *Peng : Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 121-127.
- Ananda, H. N., & Ghea Amalia Arpandy, L. A. (2024). Pengaruh Selebrity Worship Terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Penggemar Pembeli Merchandise Jaemin NCT Dream. *Publishing : Jurnal Psikologi*, 1-17.
- Ananti, N. A., Rahmah, S. A., Putri, V. D., & Purwantini, L. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Konformitas dengan Prokrastinasi Akademik. *Observasi : Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 121-132.
- Anggraeni, N., & Nugraha, R. (2022). The Influence of Celebrity Worship on Celebrity Endorsement Towards Purchase Decisions in West Java (Case Study Blackpink at Tokopedia). *FIRM Journal of Management Studies*.
- Anggraini, D., Azman, H. A., Hasanah, N. F., Febrian, H., & Sholihin, A. (2023). Pengaruh Flash Sale dan Tagline "Gratis Ongkir" Shopee Terhadap Impulsive Buying Secara Online dengan Muslim Self Control Sebagai Variabel Moderating (Kajian Perspektif Ekonomi Islam). *JIEI : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Anindita, F. (2022). Hubungan Celebrity Worship dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop. *Skripsi*.
- Apriansyah, Y., & Sulaiman. (2024). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Kecanduan Game Online Pada Siswa SMAN 2 Padang Panjang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Asmarani, A., Wijayanti, M., & Kurniawan, D. (2024). Pengaruh Live Shopping, Discount, dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Tiktok Shop. *Publishing Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 425-437.

- Asrie, N. D., & Misrawati, D. (2020). Celebrity Worship dan Impulsive Buying pada penggemar Kpop Idol. *Journal of Psychological Perspective*.
- ASRIN, A. (2022). METODE PENELITIAN EKSPERIMEN: METODE PENELITIAN EKSPERIMEN. *Maqasiduna: Journal of Education, Humanities, and Social Sciences*, 21-29.
- Aurelia, A. Z., & Oktaviana, M. (2023). Celebrity Worship dan Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Penggemar BTS. *Wacana : Jurnal Psikologi*, 144-151.
- Ayu, N. W., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 203-210.
- Blegur, Y. (2019). *Soft Skill untuk Prestasi Belajar*. Scopindo Media Pustaka.
- Cantika, D. A., & Ismunawan. (2024). Determinasi Harga Saham pada Perusahaan Sektor Transportasi dan Logistik yang terdaftar di Bei Tahun 2021-2023. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*.
- Darmayanti, E. P. (2024). Peran Mindfullnes Terhadap Kemampuan Kontrol Diri Pada Remaja. *Indonesian Journal of Business Innovation, Technology and Humanities (IJBITH)*, 55-65.
- Fitriani, N., Adhavia, F. B., Melia, D., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2024). Analisis Perilaku Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna Platform Tiktok Shop di Universitas Islam Negeri Walisongo. *INVESTAMA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 71-86.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hadi, S. (2019). *Manajemen Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Halil, I. (2024). Digital Consumer Behavior: A Systematic Literature Review. *PRIZREN SOCIAL SCIENCE JOURNAL*, 67-80.
- Hanteo Global. (2024). *Hanteo Chart Beta*. Retrieved from Hanteo Chart: <https://www.hanteochart.com/>

- Hasiana, R. R., Zein, D., & Gemiharto, I. (2024). Pemaknaan Pesan Dalam Perilaku Celebrity Worship Fandom Carat di Aplikasi Weverse. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 10-17.
- Husnain, M., Rehman, B., Syed, F., & Akhtar, M. W. (2019, January). Personal and in-store factors influencing impulse buying behavior among generation Y consumers of small cities. *Sage Journals: Business Perspectives and Research*, 20(1).
- Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. (2020). Impulse Buying: a meta-analytic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 384-404.
- Jamaluddin, M., & Maharani, F. P. (2024). Pengaruh Token Ekonomi dalam Mengurangi Perilaku Impulsive Buying pada K-Pop Fans. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 226-231.
- Kartika. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Go-jek di Perguruan Tinggi Negeri Kota Malang). *Universitas Islam Negeri*.
- Laoli, M. S., Magdalena, M., Bate'e, Mendrofa, Y., & Zebua, S. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Mudik Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)*, 976-986.
- Mu'affa, V. (2024). Optimalisasi Potensi Kelurahan Tenggilis Mejoyo Melalui Pendekatan Fungsi Manajemen G. R. Terry. *Musyawarah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1-4.
- Muhiban, A. (2024). Analisis Kinerja Promosi, Kinerja Pelayanan Dan Pemasaran Kerelasiaan Terhadap Nilai Pelanggan Pada Pelanggan Pest Management Di Wilayah Metropolitan Bandung Raya. *MSEJ : Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Nguyen, D. H., Leeuw, S. d., & Dullaert, W. (2023). A comprehensive review on drivers and consequences of impulse buying: An integrated framework. *International Journal of Consumer Studies*, 139-168.

- Noval, R., & Sanarsi, D. (2024). Pengaruh Pelatihan dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Eka Mas Republik Tangerang Selatan. *Anthronomics: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Nurhasanah, A., & Wahyudi, A. (2024). Sepi Berujung Tak Ingin Henti (Aku And My Idol Korea). *Jurnal Ilmiah Psikologi Insani*.
- Nurhayati, S., Halini, & Indriani, T. (2024). Analisis Daya Pembeda Butir Pada Materi Persamaan dan Pertidaksamaan Nilai Mutlak dengan Metode Teori Tes Klasik. *JURNAL MathEdu (Mathematic Education Journal)*.
- Nurudin. (2020). Analysis of the Effect of Visual Merchandising, STore Atmosphere and Sales Promotion on Impulse Buying Behavior. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 167-177.
- Pratama, M. N. P., Saudi, A. N. A., & Aditya, A. M. (2024). Pengaruh Celebrity Worship terhadap Impulsive Buying pada Penggemar K-Pop Usia Dewasa Awal di Indonesia. *Jurnal Psikologi Karakter*.
- Putra, A. M. (2020). PENGARUH DIMENSI BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA PENGGUNA BUKALAPAK DI MALANG).
- Putri, A. A., Purwandari, D. A., & Kurniawan, N. (2024). Kemampuan Self-Control Mahasiswa Terhadap Impulsive Buying Belanja Online Di Tanggal Kembar. *JIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*.
- Putri, F., & Syamantha, A. (2024). Pengaruh Self Control Terhadap Disiplin Siswa SMA Hang Tuah Belawan. *Psikologika Journal*, 1-14.
- Rachma, N. M., & Rozi, F. (2024). Pengaruh Self Control dan Loneliness terhadap Nomophobia pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 903-911.
- Rahman, R. A., & Saroyo. (2024). Pengaruh Penempatan Kerja Terhadap Produktifitas Karyawan Operation Department Pada Perusahaan PT Widya Sapta Contractor Kabupaten Barito Timur. *JAPB : Jurnal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*.
- Rahmawati, I. C., & Hermina, C. (2024). Interaksi Parasosial pada Penggemar K-Pop di Kalimantan Selatan . *Publishing : Jurnal Psikologi*, 1-15.

- Ramanda, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Spending Self-Control Terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Daerah Khusus Jakarta. *LANCAH : Jurnal Inovasi dan Tren*, 855-867.
- Rokhim, A. (2019). Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Dan Public Relations Terhadap Keputusan Menabung Di Pt. Bpr Sentral Arta Asia Lumajang.
- Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion. *NIAGAWAN*, 8.
- Rustamana, A., Wahyuningsih, P., Azka, M. F., & Wahyu, P. (2024). Penelitian Metode Kuantitatif. *Sindoro Cendikia Pendidikan*.
- Sahir, S. H. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. KBM INDONESIA.
- Sanjaya, V. (2022). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Impulsif Pada E-Commerce di Jakarta Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 503-508.
- Sari, N. N. (2022, 10 27). *Penyebaran Korean Wave di Indonesia Melalui K-pop dan K-drama*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/nailanurhana/6359d31aec17922eae178f23/penyebaran-korean-wave-di-indonesia-melalui-k-pop-dan-k-drama>
- Simanjuntak, R. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Kedai Oblong di Kota Jambi. *Skripsi*.
- Siswanto. (2021). *Pengantar Manajemen*. Bumi Aksara.
- Subakuh, A. R., & Febrieta, D. (2024). Celebrity Worship dan Citra Tubuh pada Komunitas Penggemar K-Pop. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 1321-1330.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Syafruddin, & Arafah, M. (2024). Manajemen Konflik Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Alas Barat Kabupaten Sumbawa. *SAMALEWA : Jurnal Riset dan Kajian Manajemen*, 107-117.

- Taviya, V. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, TESTIMONI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE (Survey Pada Pengguna Akun Ms Glow di Purwakarta). 37.
- Wardoyo, F. S., Hasan, S., & Wahid, M. (2024). Dampak Perubahan Perilaku Konsumen Saat Pandemi Covid 19 Pada Peningkatan Penjualan Bisnis E-Commerce Di Kabupaten Marowali. *YUME : Journal of Management*, 239-247.
- Wati, H. Z., & Savira, S. I. (2024). Pengaruh Secure Attachment Style Terhadap Interaksi Parasosial Pada Dewasa Awal. *INCARE : International Journal of Educational Resources*.
- Wijayanti, S., & Daely, W. (2023). Kualitas Pelayanan dan Sarana Prasarana Berhubungan dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Eksekutif. *Journal of Manajemen Nursing*, 237-245.
- Wulandari, I. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK. *Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 1-8.
- Yahmini, E. (2019). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga (Studi Kasus Mahasiswa di Lima Universitas di Yogyakarta). *EXERO Journal of Research in Business and Economics*.
- Yue, X., Abdullah, N. H., Ali, M. H., & Yusof, R. N. (2022). The Impact of Celebrity Endorsement on Followers' Impulse Purchasing. *Taylor & Francis*, 338-358.
- Zulkarnaen, N. A., Ismail, G. D., Wijaya, F., Mubarok, D. A., & Herlinawati, E. (2024). Pengaruh Kepemimpinan, Beban Kerja, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Atamora Teknik Makmur Kota Jakarta Pusat. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 733-741.