

DAFTAR PUSTAKA

- Asra, Abuzar, Puguh Bodro Irawan, dan Agus Purwoto. *Metode Penelitian Survei*. Bogor: IN MEDIA, 2016.
- Achtiar, Rina, dan Nurul Izza Anwar Sanusi. “Dampak Kontrol Diri Remaja Penggemar K-POP Di Kabupaten Jember.” *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni* 1, no. 2 (2023): 239–47.
- Agustiani, Hendriati. *Psikologi Perkembangan: (Pendekatan Ekologi Kaitannya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri pada Remaja)*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2009.
- Anas, Khairunas. “Bahaya Impulse Buying Pada Pelanggan Online Shop Saat Pandemi Covid-19.” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 1, no. 2 (2020): 349–53.
- Arassy, Bieke Fameyola, Nono Wibisono, dan Wahyu Rafdinal. “Niat Pembelian Digital Album K-Pop: Analisis Deskriptif Theory of Planned Behavior,” 12:1016–21, 2021.
- Asrie, Nadine Denita, dan Dian Misrawati. “Celebrity worship dan Impulsive buying pada Penggemar KPop Idol.” *Journal of Psychological Perspective* 2, no. 2 (2020): 91–100.
- Ayu, Ni Wayan Reza Savitri, dan Dewi Puri Astiti. “Gambaran celebrity worship pada penggemar k-pop.” *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi* 1, no. 3 (2020): 203–10.
- Bogenvile, Valen, Tania Rosandi, Doharma Indawaty Siregar, Ria Wulandari Siagian, Yunika Maria Sinurat, dan Achmad Irvan Dwi Putra. “Hubungan Tingkat Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar Kpop di Komunitas ONCE Medan The Relationship between Self-Control Level and Consumptive Behavior Teenagers K-pop fans in ONCE Community Medan,” t.t.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Tafsirnya (Edisi Yang Disempurnakan)*. Jakarta: Lentera Abadi, 2010.

- Bayu, Dimas. "Remaja Paling Banyak Gunakan Internet di Indonesia Tahun Pada 2022." Data Indonesia. Diakses 6 Januari 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/remaja-paling-banyak-gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022>.
- Elnina, Dita Rizky. "Kemampuan Self Control Mahasiswa Ditinjau Dari Perilaku Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion," 2022.
- Fadillah, Ainayah Safira, dan Lilis Ratnasari. "Fanaticism of Consumptive Behavior of Merchandise Purchasing in Student Boyband Fans." *Formosa Journal of Science and Technology* 2, no. 1 (2023): 27–38.
- Fahirra, Hanny, dan Anik Lestari Andjarwati. "Pengaruh Korean Wave dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Album Official BTS (Studi pada ARMY Indonesia)." *Jurnal Ilmu Manajemen* 10, no. 1 (2022): 148–59.
- Fauziyah, Widya Nur, dan Lia Siti Julaeha. "Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Pembelian Impulsif yang Dimediasi Emosi Positif." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 7 (2022): 111–22.
- Febriani, Gresnia Arela. "Psikolog Ungkap Bahaya Jadi Bucin K-Pop." Artikel Entertainment. *Psikolog Ungkap Bahaya Jadi Bucin K-Pop* (blog), 30 Desember 2019. <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-4839802/psikolog-ungkap-bahaya-jadi-bucin-k-pop>.
- HaB Korea.Net. "Map Showing K-Pop's Popularity By Global Region Released," 28 Agustus 2019. <https://www.habkorea.net/map-showing-k-pops-popularity-by-global-region-released/>.
- Sulaiman, Hamidah, Sigit Purnama, Andi Holilulloh, Laily Hidayati, dan Nur Hasbuna Saleh. *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja (Pengasuhan Anak Lintas Budaya)*. Cetakan Pertama. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2020.
- Henrietta, Paulus. "Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta." *Jurnal Psikologi* 11, no. 2 (2012): 6.
- Herliana, Yulia Hairina, Imadduddin. "Hubungan antara Self Disclosure dengan Trust pada Suami dan istri dalam Hubungan Pernikahan di Kota

Banjarmasin.” *Jurnal Al-Husna* Vol. 2, no. No. 2 (Agustus 2022): 147–63.
<https://doi.org/10.18592/jah.v2vi2.5155>.

Hofiyana Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2017.

Istiqlal, Arfian Hatta. “Hubungan kontrol diri dengan Impulse Buying pada mahasiswa.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Prenadamedia Group, 2015.
<https://books.google.co.id/books?id=5KRPDwAAQBAJ&printsec=frontcover>.

Jelpe Periantolo. *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019.

John W. Santrock. *Adolescence (Perkembangan Remaja)*. Ke-Enam. Jakarta: Erlangga, 2003.

Kaho, Tenga Araminta Nadia Riwu, R Pasifikus Ch Wijaya, dan Juliana MY Benu. “Kontribusi Celebrity Worship terhadap Pembelian Impulsif Remaja Penggemar K-Pop.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 9 (2023): 338–43.

Khairunnisa, Asra Faiza, Aditya Nanda Priyatama, dan Selly Astriana. “Impulsive Buying Pada Fans K-Pop Di Twitter.” *Jurnal Psikohumanika* 13, no. 2 (2021): 1–9.

Khelsea, Yustika Okta, Zainal Abidin Achmad, Didiek Tranggono, dan Dyva Claretta. “Etnografi Virtual Perilaku Impulsive Buying Remaja Muslimah Penggemar K-Pop di Surabaya.” *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 02 (2021): 264–89.

Khelsea, Yustika Okta, Didiek Tranggono, Dyva Claretta, dan Zainal Abidin Achmad. “Etnografi virtual perilaku impulsive buying remaja Muslimah penggemar K-Pop di Surabaya.” *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 2 (2021): 264–89.

- Khoirunnisa, Amanda, Maya Puspasari, dan Rachmawati Rachmawati. "Hubungan Antara Konformitas Dengan Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar Kpop Di Kota Palembang." Skripsi, Universitas Sriwijaya Inderalaya, 2018.
- Komala, Cucu. "Perilaku konsumsi impulsive buying perspektif Imam Al-Ghazali." *Jurnal Perspektif* 2, no. 2 (2019): 248–66.
- Sinambela, Lijian P. dan Sarton Sinambela. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Depok: RajaGrafindo Persada, 2021.
- Maharani, Aulia. "Komunikasi Partisipatif Fandom Army Bandung Dalam Kampanye Bts Love Myself." *ProListik* 5, no. 1 (2020).
- Mihardja, Jeanette, dan Sinta Paramita. "Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS)." *Koneksi* 2, no. 2 (9 Mei 2019): 393. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3915>.
- Millah, Siti Luthfathul. "Hubungan celebrity worship dengan perilaku konsumtif remaja penggemar boyband BTS," 2019.
- Rizaty, Monavia Ayu. "8 Negara dengan Penggemar BTS Terbanyak di Dunia." Website, 2 Desember 2023. <https://dataindonesia.id/varia/detail/8-negara-dengan-penggemar-bts-terbanyak-di-dunia>.
- Nafeesa, Nafeesa, dan Eryanti Novita. "Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop." *Cakrawala-J. Hum* 21, no. 2 (2021): 79–86.
- Pratomo, Dimas, dan Liya Ermawati. "Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta)." *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 2, no. 2 (2019): 240–52.
- Rahmah, Nur, dan Munadi Idris. "Impulsive Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah* 1, no. 2 (2018): 88–98.
- Raudah. "Korelasi Fanatisme dan Perilaku Konsumtif pada ARMY (Adorable Representative MC for Youth) di Kota Banjarmasin," 2022.

- Rohmah, Siti Nurul. "Hubungan Hedonic Shopping Value Dengan Impulsive Buying Pada Penggemar K-Pop." Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2019. <http://lib.unnes.ac.id/33658/>.
- Siregar, Nada Fitria, dan Quroyzhin Kartika Rini. "Regulasi diri dan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja perempuan yang berbelanja online." *Jurnal Psikologi* 12, no. 2 (2020): 213–24.
- Sri, Fatimah Dalimunthe. "Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Kosumsi Al-Ghazali (Studi Pada Komunitas Kpopers Bengkulu)," 2022.
- Tarynda, Suci. "Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Merchandise Kpop (Korean Pop) BTS (Bangtan Sonyeondan) Pada Remaja 'ARMY' di Yogyakarta." Skripsi, Universitas Mercu Buana, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Kedua. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Tarynda, Suci. "Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Merchandise Kpop (Korean Pop) Bts (Bangtan Sonyeondan) Pada Remaja 'Army' Di Yogyakarta." *Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Merchandise Kpop (Korean Pop) Bts (Bangtan Sonyeondan) Pada Remaja "Army" Di Yogyakarta*, 2022, 1–18.
- Verplanken, Bas, dan Astrid Herabadi. "Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking." *European Journal of personality* 15, no. 1_suppl (2001): S71–83.
- Website Pemerintah Kota Banjarmasin. "Profil Kota Banjarmasin." Diakses 21 Maret 2024. <https://www.banjarmasinkota.go.id/p/profil-kota-banjarmasin.html>.
- Yahmini, Exnasiyah. "Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga." *EXERO: Journal of Research in Business and Economics* 2, no. 1 (2019): 41–56.

Zamani, Rahmi Fadilah, dan Eni Nuraeni Nugrahawati. "Pengaruh Celebrity Worship terhadap Subjective Well-Being pada Penggemar BTS Dewasa Awal" 2, no. 2 (2022).