

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahn, J., Oh, S., & Kim, H. (2013). Korean Pop Takes Off! Social Media Strategy of Korean Entertainment Industry. *2013 10th International Conference on Service Systems and Service Management*, 774–777. <https://doi.org/10.1109/ICSSSM.2013.6602528>
- Allkpop. (2023, Februari 24). *No More Limitless Expansions: NCT Tokyo Will Be The Last Expansion for NCT*. <https://www.allkpop.com/article/2023/02/no-more-limitless-expansions-nct-tokyo-will-be-the-last-expansion-for-nct>
- Amalia, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal*. Universitas Negeri Jakarta.
- Ananda, M., Hadi, N., & Meiji, N. H. P. (2021). Di Balik Perilaku Konsumtif NCTzen dalam Pembelian Merchandise NCT (Studi Kasus Komunitas NCTzen Malang). *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(9), 1011–1026. <https://doi.org/10.17977/um063v1i92021p1011-1026>
- Anggraeni, D. (2021). Tren Usaha Merchandise K-pop: Photocard Decoration. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 1(11), 1–8.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *GADJAH MADA JOURNAL OF PSYCHOLOGY*, 3(3), 131–140.
- Anjani, P. S., & Astiti, D. P. (2020). Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 144–155.
- Bestari, B. (2022). *Analisa Diplomasi Budaya Korea Selatan kepada Indonesia: Peran SM Entertainment dalam Kemitraan Strategis Khusus Korea Selatan-Indonesia (2017-2020)* [Skripsi]. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Chung, E., Beverland, M., Farelly, F., & Quester, P. (2008). Exploring Consumer Fanaticism: Extraordinary Devotion in the Consumption Context. *Advances in Consumer Research*, 35, 333–340. <http://www.acrwebsite.org/volumes/13304/volumes/v35/NA-35>
- CNN Indonesia. (2020, November 24). *Penjualan Album K-Pop Meroket di Masa Pandemi Covid-19*. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20201124134023-227-573801-penjualan-album-k-pop-meroket-di-masa-pandemi-covid-19>
- CNN Indonesia. (2021, Januari 26). *Fan K-Pop Dulang Donasi Rp 1,4 M untuk Bencana Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20210126205838-248-598773/fan-k-pop-dulang-donasi-rp14-m-untuk-bencana-indonesia>
- Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Fans JKT48 di Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(4), 13–18.

- Darfiyanti, D., & Putra, M. G. B. A. (2012). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai Dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 1(2).
- Dewi, D. P. K. S., & Indrawati, K. R. (2019). Gambaran Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop Usia Dewasa Awal di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(2), 291–300.
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Dreamers.id. (2020a, Oktober 26). *Fans Indonesia Jadi Penyumbang Views Terbanyak di Kanal Youtube NCT U*. <https://hiburan.dreamers.id/article/92623/fans-indonesia-jadi-penyumbang-views-terbanyak-di-kanal-youtube-nct-u>
- Dreamers.id. (2020b, November 9). *Sudah Mulai PO, Pembelian Album Baru NCT Terbanyak dari Indonesia*. <https://www.matain.id/article/2020/1109/sudah-mulai-po-pembelian-album-baru-nct-terbanyak-dari-indonesia.html>
- Dwi, A. (2022, Oktober 19). *Daftar Idol K-Pop Generasi 1 hingga 4 dan Sejarah Debutnya*. <https://seleb.tempo.co/read/1647014/daftar-idol-k-pop-generasi-1-hingga-4-dan-sejarah-debutnya>
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59–72.
- Elmanda Putri, D., & Rositawati, S. (2020). Pengaruh Celebrity Worship terhadap Perilaku Compulsive Buying pada Dewasa Awal Anggota Komunitas Baia Bandung. *Prosiding Psikologi*, 6(1).
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2002). *Perilaku Konsumen* (6 ed.). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (K-Popers) (Studi pada Penggemar K-Pop di Yogyakarta). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, 4(3), 190–202.
- Faizah, N., & Uyun, Z. (2022). *Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Penggemar K-Pop di DKI Jakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fauziah, R., & Kusumawati, D. (2013). *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)*. <http://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia/>
- Featherstone, M. (2008). *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Febrianti, D. (2021). *Pengaruh Budaya Populer Korea terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Kota Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.

- Fitriyani, A. (2022). *Menjadi Fanboy Boygroup K-Pop di Indonesia (Studi Fenomenologi Sosial Pada Fanboy NCT)*. Universitas Airlangga.
- Fromm, E. (1995). *Masyarakat yang Sehat*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Hamilton, C., Denniss, R., & Baker, D. (2005). *Wasteful Consumption in Australia*.
- Herman, T. (2018, September 23). *Looking Back On Wonder Girls "Nobody", A Decade Later*. <https://www.billboard.com/music/music-news/wonder-girls-nobody-10-year-anniversary-k-pop-hot-100-chart-8476481/>
- Herman, T. (2019, Mei 8). *SM Entertainment A&R Chris Lee Talks "Cultural Technology" & Creating K-Pop Hits*. <https://www.billboard.com/music/music-news/sm-entertainment-ar-chris-lee-talks-cultural-technology-creating-k-pop-hits>
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar KPop di Semarang. *Jurnal Empati*, 11(1), 56–60.
- Irzani, N. F. A., Masrurroh, A., & Roikhan, M. R. (2022). Efektivitas NCT Dream sebagai Brand Ambassador Produk Somethinc dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(1), 8–21. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3>
- Janah, M. (2014). Gambaran Identitas Diri Remaja Akhir Wanita yang Memiliki Fanatisme K-Pop di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1), 34–40.
- Kartikasari, H., & Sudrajat, A. (2022). Makna Pembelian Album Fisik Bagi Penggemar Budaya Pop Korea. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(3), 405–428.
- Kim, H. Y. (2022). *Hallyu Fans Exceed 156.6 Million: KF Report*. <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20220303000739>
- Kim, S. Y. (2020). Disastrously Creative K-pop: Virtual Nation, and The Rebirth of Culture Technology. *TDR - The Drama Review - A Journal of Performance Studies*, 64(1), 22–35. [https://doi.org/10.1162/dram\\_a\\_00894](https://doi.org/10.1162/dram_a_00894)
- Kim, Y. (2022). *#KpopTwitter Reaches New Heights with 7,8 Billion Global Tweets*. [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/insights/2022/-kpoptwitter-reaches-new-heights-with-7-8-billion-global-tweets](https://blog.twitter.com/en_us/topics/insights/2022/-kpoptwitter-reaches-new-heights-with-7-8-billion-global-tweets)
- Kompas. (2021, Maret 7). *Video Musik Gangnam Style Catat Sejarah, Ditonton 4 Miliar Kali*. <https://www.kompas.com/hype/read/2021/03/07/120457466/video-musik-gangnam-style-catat-sejarah-ditonton-4-miliar-kali>
- Kumparan. (2020, Desember 30). *Korean Wave atau Hallyu, Demam Baru di Masyarakat?* <https://kumparan.com/arindanvts/korean-wave-atau-hallyu-demam-baru-di-masyarakat-1usNNFcLB6U/full>



- Kusuma, N. N. (2014). *Hubungan Celebrity Worship Terhadap Idola K-Pop (Korean Pop) dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja*. Universitas Brawijaya.
- Kusuma, S. D. (2019). *Strategi Bisnis Perusahaan Hiburan sebagai Instrumen Diplomasi (Studi pada SM Entertainment di Korea Selatan)* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., & Harlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <http://jurnal.iicet.org/index.php/jrti>
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of Control pada Remaja Putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5–14.
- Martono, N. (2010). *Statistik Sosial: Teori dan Aplikasi Program SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Milgram, S. (1977). *The Social Meaning of Fanaticism*. 34.
- Monks, F. K., Knoers, A. M. P., & Hadinoto, S. R. (1999). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Bagianannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nisrina, D., Widodo, I. A., Larassari, I. B., & Rahmaji, F. (2020). Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPop) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 78–88. <http://journals.ums.ac.id/index.php/humaniora>
- Nugraheni, M. A. (2015). *Perbedaan Leisure Involvement Pada Remaja Pecinta Korean Wave Ditinjau dari Jenis Kelamin*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Nugraini, E. D. (2016). *Fanatisme Remaja terhadap Musik Populer Korea dalam Perspektif Psikologi Sufistik: Studi Kasus terhadap Exo-L*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Nugroho, D. A. (2021). *Promosi K-Pop dalam Media Baru di Amerika Serikat*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nursanti, M. I. (2013). *Analisis Deskriptif Penggemar K-Pop sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya*. Universitas Diponegoro.
- Potret Aktivitas dan Belanja Penggemar Hiburan Korea di Indonesia*. (2022).
- Pratiwi, R. A., Yusuf, M., & Lilik, S. (2009). Hubungan antara Konsep Diri dan Konformitas dengan Perilaku Merokok pada Remaja. *Jurnal Wacana*, 1(2).
- Puspitasari, W., & Hermawan, Y. (2013). Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers di Surakarta. *SOSIALITAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi Antropologi*, 3(1).
- Putri, I. P., Dhiba, F., Liany, P., & Nuraeni, D. R. (2019). *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*. 3(1), 68–80.
- Putri, K. A., Amirudin, & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *NUSA: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 14(1), 125–135.

- Rahma, F. A., & Reza, M. (2013). Hubungan Pembentukan Identitas Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise Pada Remaja. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(1).
- Rahmasari, D. (2020). *Self Healing is Knowing Your Own Self*. Surabaya: Unesa University Press.
- Rahmiasri, M. (2017, Desember 17). *Generasi Grup K-Pop dari Masa ke Masa*. <https://kumparan.com/kumparank-pop/generasi-grup-k-pop-dari-masa-ke-masa>
- Ramadaniati, R., Fitlya, R., & Lestari, W. (2022). Pengaruh Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian Album K-Pop di Era Covid-19. *Eksistensi*, 4(1).
- Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi terhadap Remaja. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 87–104.
- Riona, J., & Krisdinanto, N. (2021). Ketika Fans “Menikahi” Idolanya: Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS. *AVANT GARDE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 16–34.
- Rosyidana, S. (2022, Desember 12). Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Merchandise K-Pop di Shopee. *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)*.
- Safithri, N. A., Sahrani, R., & Basaria, D. (2020). Quality of Life of Adolescent (Korean Pop fans). *Tarumanagara International Conference on The Applications of Social Sciences and Humanities*, 771–777.
- Salsabila, Q., & Fadhilah, L. D. N. (2022). Analisis Konsumerisme Pasif Para Penggemar Fanatik Idol Grup BTS di Kediri dalam Pembelian Merchandise. *LoroNG: Media Pengkajian Sosial Budaya*, 11(1).
- Salsabilla, R. (2022, November 8). *Gokil! K-Popers Habiskan Rp. 20 Juta Setahun Demi Dukung Idola*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221108114249-33-385986/gokil-k-popers-habiskan-rp20-juta-setahun-demi-dukung-idola>
- Sarwono, S. W. (1991). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Scott, N. (2018, Desember 27). *BTS Won't Cure My Depression, But Loving Them Helps Me Cope*. <https://fashionmagazine.com/flare/k-pop-mental-health/>
- Simalango, W. (2020). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop*. Universitas Bosowa .
- SM Entertainment. (2021, Desember 28). *NCT Sells Over 10,9 Million Album Copies in 2021!* <https://www.smentertainment.com/PressCenter/Details/7725>
- Stern, H. (1962). The Significance of Impulse Buying Today. *Journal of Marketing*, 26(2), 59–62.
- Sugihartati, R. (2018). *Masyarakat Digital, Gaya Hidup, dan Subkultur*. Yogyakarta: Suluh Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.

- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana.
- Taqwin, Y. N. (2016). *Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas K-Pop Everlasting Friends (ELF) Surabaya*. Universitas Airlangga.
- Triadanti, N. (2019, Februari 26). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?*  
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/amp/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all#page-2>
- TribunnewsBogor. (2020, Maret 1). *Bogor Carnival 2020 Mal BTM, Diawali Music Carnival dan Satu Hari Koin Cinta Kasih Bagi Lingkungan*.  
<https://bogor.tribunnews.com/2020/03/01/bogor-carnival-2020-mal-btm-diawali-music-carnival-dan-satu-hari-koin-cinta-kasih-bagi-lingkungan>
- Veronica, M., Paramita, S., & Utami, L. S. S. (2018). Eksploitasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album K-Pop. *Koneksi*, 2(2), 433-440. <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp->
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach. *Journal of Consumer Policy*, 34(2), 197-210. <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9158-5>
- Yang, J. (2012). The Korean Wave (Hallyu) in East Asia: A Comparison of Chinese, Japanese, and Taiwanese Audiences Who Watch Korean TV Dramas. *Development and Society*, 41(1), 103-147.
- Zulkarnain, A. R. M. (2022). *Pengaruh Idol K-Pop Neo Culture Technology (NCT) terhadap Diplomasi Budaya Indonesia di Era Digital* [Skripsi]. Universitas Hasanuddin.