

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, K. (2021). *Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada K-Popers (Penggemar K-Pop) Di Kota Pekanbaru* [Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. [https://repository.uin-suska.ac.id/47873/1/SKRIPSI KARTIKA ADRIANI.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/47873/1/SKRIPSI%20KARTIKA%20ADRIANI.pdf)
- Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan* (1st ed.). YAYASAN INSAN KAMIL.
https://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=21001&keywords=nuansa+psikologi+pembangunan
- Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). Fanatisme dan Perilaku Konsumtif pada Komunitas Penggemar K-Pop di Karawang. *Empowerment*, 1(1), 9–25.
<http://journal.ubpkarawang.ac.id/mahasiswa/index.php/Empowerment/article/view/99>
- Apsari, L., Mayangsari, M. D., & Erlyani, N. (2017). Pengaruh Perilaku Modeling Pada Tayangan Drama Korea Terhadap Citra Diri Remaja Penggemar Drama Korea. *Jurnal Ecopsy*, 3(3), 144–148.
<https://doi.org/https://doi.org/10.20527/ecopsy.v3i3.2662>
- Azmi, U. (2019). *Dampak Korean Wave (Hallyu) Terhadap Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar*. ITB Nobel Indonesia.
https://e-library.nobel.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2801
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas* (IV). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Pustaka Pelajar.
[https://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=48553974&keywords=sai fuddin](https://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=48553974&keywords=sai%20fuddin)
- Chung, E., Beverland, M. B., Farrelly, F., & Quester, P. (2008). Exploring consumer fanaticism: Extraordinary devotion in the consumption context. *Advances in Consumer Research*, 35(January), 333–340.
https://www.researchgate.net/publication/282714544_Exploring_Consumer_Fanaticism_Extraordinary_Devotion_in_the_Consumption_Context
- Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Fans Jkt48 Di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 07(04), 13–18.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/36343>
- 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(02), 291. <https://doi.org/10.24843/JPU.2019.v06.i02.p08>
- 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.
<https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442>

Fadilah, S. R. (2021). 5 Negara Ini Ternyata Masuk dalam Daftar Penggemar K-Pop Terbanyak di Dunia, Indonesia Termasuk? *Galamedia News*.
<https://galamedia.pikiran-rakyat.com/humaniora/pr-351754727/5-negara-ini-ternyata-masuk-dalam-daftar-penggemar-k-pop-terbanyak-di-dunia-indonesia-termasuk?page=2#>

Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja. (2017). *Kumparan-Kpop*.
<https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja>

Faradila, D. A. (2018). *Hubungan Konsep Diri dan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Pakaian pada Mahasiswa [Universitas Muhammadiyah Malang]*.
[https://eprints.umm.ac.id/39266/1/DISZA ALIEF FARADILA %28201310230311103%29.pdf](https://eprints.umm.ac.id/39266/1/DISZA%20ALIEF%20FARADILA%201310230311103%29.pdf)

Fitri, S. M. (2022, June 30). K-Popers di Semarang Berkembang, Model Rambut Comma Hair Jadi Tren. *Kompas.Com*.
<https://regional.kompas.com/read/2022/06/30/190918978/k-popers-di-semarang-berkembang-model-rambut-comma-hair-jadi-tren>

Fromm, E. (1995). *The Sane Society* (1st ed.). Yayasan Obor Indonesia.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=139683>

Goddard, H. (2001). *Civil Religion*. Cambridge University Press.

Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar KPop di Semarang. *EMPATI*, 11(2017), 56–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/empati.2022.33361>

Hurlock, E. B. . I. (1990). *Psikologi Perkembangan*.
https://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=14301&keywords=hurlock

Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota? (2019). *IDN TIMES*. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>

Jasmadi, J., & Azzama, A. (2017). Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja di Banda Aceh. *Psikoislamedia : Jurnal Psikologi*, 1(2), 325–334. <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i2.919>

Jeanette, S. P. (2019). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Koneksi*, 2(2), 393. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3915>

KOCIS. (2011). K-POP: A New Force in Pop Music. In *Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism* (Vol. 7, Issue 1).

<https://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=2217>

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium* (Milenium). Prenhallindo.
https://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=26703&keywords=milenium

Leon, S., & Lazar, K. L. (2007). *Consumer Behavior Ed 9* (9th ed.). PRENTICE - HALL.
https://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=37341&keywords=kanuk

Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). PERILAKU KONSUMTIF DIKALANGAN REMAJA. *Riset Tindakan Indonesia*, 2(2), 1–6.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29210/3003210000>

Munazzah, Z. (2016). *Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang* [UIN Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/3664/1/12410013.pdf>

Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian Cet. 8*. Ghalia Indonesia.
https://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=48932&keywords=nazir

Pramita, Y., & Harto, S. (2019). Pengaruh Hallyu terhadap Minat Masyarakat Indonesia untuk Berwisata ke Korea Selatan. *FISIP*, 3(2), 9–25.
<https://media.neliti.com/media/publications/200302-none.pdf>

Purbaya, A. A. (2021). Antrean BTS Meal Picu Kerumunan, 5 Gerai McD di Semarang Ditutup. *DetikNews*. <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5599260/antrean-bts-meal-picu-kerumunan-5-gerai-mcd-di-semarang-ditutup>

Putri, H. S., & Indrawati, E. S. (2016). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi Di Sma Semesta Semarang. *Empati*, 5(3), 503–506.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/15391/14883>

Putri, N. A. (2019). *Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar K-Pop Bts Army Gaperta*.

Rela Habiskan Jutaan Demi “Senang” ala Fan K-Pop. (2019). *CNN Indonesia*.
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190202182458-227-365999/rela-habiskan-jutaan-demi-senang-ala-fan-k-pop>

Santrock, J. W. (2003). *Life-span Development Jil.2, Ed.5*.
https://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=27493&keywords=santrock

Seregina, A., Koivisto, E., & Mattila, P. (2011). Fanaticism - Its Development and Meanings in Consumers' Lives. *Aalto University School of Economics*, 1–101.
<http://www.aaltomediamark.org/wp->

content/uploads/2011/12/MediaMark_AnastasiaSeregina.pdf

Setiawan, A. (2022). *HUBUNGAN ANTARA FANATISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA PENGEMAR BTS DI MEDAN* [Universitas Medan Area]. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/18453>

Shane, A. (2017). Kamu K-Popers? Pasti Sering Melakukan Kebiasaan Ini. *Idn Times*. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/angeline-shane-1/ciri-khas-kebiasaan-kpopers-c1c2/1>

Storey, J. (2018). *Cultural Studies and the Study of Popular Culture : Theories and Methods* (1st ed.). Jalsutra. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1149608>

Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Vol. 15, Issue 2).

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta, CV.

Swari, M. D. Y. (2023). Tak Hanya Bersenang-senang, Komunitas K-Pop Semarang ini Gagasan Kegiatan Positif. *Beritajateng.Tv*. <https://beritajateng.tv/komunitas-k-pop-semarang-ini-gagasan-kegiatan-positif/>

Thorne, S., & Bruner, G. C. (2006). An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism. *Qualitative Market Research*, 9(1), 51–72. <https://doi.org/10.1108/13522750610640558>

Yosani, C. (2006). Teknik Analisis Kuantitatif. *Makalah Teknik Analisis II*, 1–7. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>