

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, R. (2019). Ini Biaya yang Dikeluarkan Bucin KPop untuk Konser dan Fansign di Korea. <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-4839645/ini-biaya-yang-dikeluarkan-bucin-kpop-untuk-konser-dan-fansign-di-korea> (diakses pada 11 Juni 2020)
- Amalia, I. (2019). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar k-pop dewasa awal. *Skripsi. Psikologi. Universitas Negeri Jakarta*.
- Annur, C. M. (2020). Riset : Belanja *online* Indonesia tumbuh 3,7 kali lipat di 2025. <https://katadata.co.id/ekarina/digital/5e9a495b679e8/riset-belanja-online-indonesia-tumbuh-37-kali-lipat-di-2025> (diakses pada 05 Agustus 2020).
- Ardia, V. (2014). Drama korea dan budaya populer. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 12–18.
- Asri, A. (2012). Pengaruh kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA 1 Babelan. *Jurnal dan pengukuran Psikologi*. 1 (1).
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di kota Samarinda. *EJournal Psikologi*, 1(2), 148–156.
- Bhuwaneswary, A. (2016). Perilaku belanja online dan kontrol diri mahasiswa Belitung di Yogyakarta tahun 2016. *E-Journal Bimbingan dan Konseling*, (9), 222–234. Retrieved from <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/fipbk/article/view/4354/4030>
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2019). Celebrity worship on early adult K-Pop fangirling. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 304, 197, 167-170.
- Cheonsa, C. (2011). *Hallyu: Korean wave*. Klaten: Cable Book.
- Chrisnawati, D., & Abdullah, S. M. (2011). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian (Studi kasus pada remaja berstatus sosial ekonomi rendah). *Jurnal Spirits*, 2(1)
- Chung, S.S., Young, D.C., & Seung, H.K. (2005). *The Korean Wave in Southeast Asia: An Analysis of Cultural Proximity and the globalisation of the Korean Cultural Products*.

- Creswell, J. W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Depdiknas. (2008). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The factors that influenced consumptive behavior: A survey of University Students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1), 1-6
- Fromm, E. (1995). *Masyarakat yang Sehat*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. London: Routledge
- Islamy, D. P. (2016). Pengaruh online shop pada media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMP Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai : BSD Kota Tangerang Selatan. *Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Jung, S. (2011). "K-pop, Indonesian Fandom, and Social Media." In "Race and Ethnicity in Fandom," edited by Robin Anne Reid and Sarah Gatson, special issue, *Transformative Works and Cultures*, no. 8. <https://doi.org/10.3983/twc.2011.0289>. Kartika, V.C. (2018) Gaya hidup penggemar exo di surabaya terhadap produk merchandise boyband exo. *Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga*.
- Khoirunnisa, A. (2018). Hubungan antara konformitas dengan *impulsive buying* pada remaja penggemar Kpop di Palembang. *Skripsi. Universitas Sriwijaya*.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran (Benyamin Molan, Penerjemah) (ed. 11 jilid 1)*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (jilid 2, ed. 8)*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kumparan.com. (2017). Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja. <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja> (Diakses pada 2 Juni 2020).
- Lestari, S. B. (2015) *Shopping online* sebagai gaya hidup. *Jurnal Ilmu Sosial*. 14 (2), 24-41.
- Lewis, L. A. (1992). *Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge.

- Lina & Rosyid, H.F,. (1997). Perilaku konsumtif berdasar *locus of control* pada remaja. *Jurnal Psikologika*. 4 (2). 5-13.
- Loekamto, A. 2012. Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*. 1 (3).
- Magie, A. A. (2008). An Analysis of Lifestyle, Shopping Orientations, Shopping Behaviors and Shopping Involvement Among Teens Aged 13 to 18 in The United States. ProQuest Dissertations and Theses
- Maryam, N., & Dewi, M. S. (2016). Pengaruh pola asuh orang tua dan *celebrity worship* terhadap *self-esteem* remaja penggemar K-Pop di DKI Jakarta. *Jurnal Tazkiya Journal of Psychology*. 4 (2), 148 – 162.
- McCudden, M. L. (2011). *Degrees Of Fandom: Authenticity & Hierarchy In The Age Of Media Convergence*. Artikel.Doctor of Philosophy of Communication Studies Faculty of the University of Kansas. Kansas: U.S.A. P
- Merdeka.com (2018). Berapa modal seorang fans K-pop? Dari koleksi album, merchandise, sampai tiket konser. <https://www.merdeka.com/gaya/berapa-modal-seorang-fans-k-pop-dari-koleksi-album-merchandise-sampai-tiket-konser.html> (Diakses pada 3 Juni 2020).
- Miles, M. B. & Huberman A. M. (2005). *Qualitative Data Analysis (terjemahan)*. Jakarta : UI Press.
- Mutiara,P.(2018).Hipnotis Pernak-Pernik K-Pop.<https://mediaindonesia.com/read/detail/184337-hipnotisme-pernak-pernik-k-pop> (Diakses pada : 2 Juni 2020)
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Nursanti, M. I. (2013). Analisis deskriptif penggemar K-pop sebagai audiens media dalam mengonsumsi dan memaknai teks budaya. *Ilmu Komunikasi. Universitas Diponegoro Semarang*.
- Nugroho. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Kasus Pada Online Shop Chopper Jersey). *Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Putri, K. A., Amirudin, & Purnomo. (2019). Korean wave dalam fanatisme dan konstruksi gaya hidup generasi Z. *Jurna; NUSA*. 14 (1), 123-135.

- Ri'aeni, I., Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). Pengaruh budaya korea (K-Pop) terhadap remaja di kota Cirebon. *Jurnal Communications*. 1 (1), 1-26.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme penggemar kpop dalam bermedia sosial di Instagram. *Junal Ilmu Komunikasi*. 8 (2), 13-23
- Salmi, M. (2012). Motivasi penggemar dalam menggunakan replika pakaian dan aksesoris (Studi pada penggemar Pop Korea (K-Pop) dalam menggunakan replika pakaian dan aksesoris K-Pop *Boyband* dan *Girlband*. *Skripsi. FISIP, Universitas Indonesia*.
- Sari, C. A. (2015). Perilaku berbelanja online di kalangan mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *AntroUnairdotNet*. 4 (2), 205-216.
- Sen, K., & Hill, D. T. (2007). *Media, Culture and Politics in Indonesia*. Jakarta : Equinox.
- Sevilla, dkk,. (2006). *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : Universitas Indonesia Press
- Simbar, F. K. (2016). Fenomena konsumsi budaya korea pada anak muda di Kota Manado. *Jurnal Holistik*. 9 (18), 1-20.
- Shim, D. (2006). Hybridity and The Rise of Korean Pop Culture in Asia. *Media, Culture, and Society*. 28 (1), 25-44.
- Smith, J.A. (2009). *Psikologi kualitatif: Panduan praktis metode riset. Terjemahan dari Qualitative Psychology A Practical Guide to Research Method*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukari., Ani Larasati, Th., Mudjijono., Susilantini, Endah. (2013). Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB).
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan : Meneropong imbas pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Storey, J. (2010). *Pengantar komprehensif teori dan metode cultural studies dan kajian budaya Pop*. Yogyakarta : Jalasutra
- Tambunan, R. 2001. Remaja dan pola hidup konsumtif. *Jurnal Psikologi (Online)*. www.e-psikologi.com. (Diakses pada : 2 Juni 2020)

- Thohiroh, A.Q. (2015). Perilaku Konsumtif melalui *Online Shopping Fashion* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Naskah Publikasi*. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Triadanti. (2019). Jaadi gaya hidup, benarkah fans kpop kaya raya atau cuma modal kuota. Diakses dari IDN Times: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidupbenarkah-fans-ktop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota/full> (Diakses pada : 2 Juni 2020)
- Venus., & Helmi. (2010). Budaya Populer Jepang di Indonesia: Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung. *Skripsi*. Universitas Padjadjaran.
- Wulandari, S. A., Budiati, A. C., & Nurhadi. (2018). Perilaku konsumtif peserta didik penggemar k-pop di SMA Negeri 4 Surakarta. *Jurnal FKIP Universitas Sebelas Maret*, 8(1), 1–15.
- Wahyningtyas, P. (2011, August 1). The Consumptive Behavior of Indonesian Teenagers. Retrieved October 4, 2013, from <http://salitaviki.blogspot.com/2011/08/consumptive-behaviour-ofindonesian.html>