

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, R., & Ramadhani, R. N. (2024). Kontrol Diri dan Impulsive Buying pada Penggemar *K-pop* di Komunitas X. *Jurnal Psikologi*, 20(2), 63-69.
- Agisni, R. D., Elita, Y., & Afriyati, V. (2020). PENGARUH BIMBINGAN KELOMPOK BERBASIS CYBER-GUIDANCE UNTUK MENCEGAH PEMBELIAN IMPULSIF DI INSTAGRAM PADA MAHASISWA. *TRIADIK*, 19(1), 11-18.
- Ameliola, S., & Nugraha, H. D. (2013, June). Perkembangan media informasi dan teknologi terhadap anak dalam era globalisasi. In *Prosiding In International Conference On Indonesian Studies" Ethnicity And Globalization* (pp. 362-371).
- Aragoncillo, L., & Orus, C. (2018). Impulse buying behaviour: an online-offline comparative and the impact of social media. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 22(1), 42-62.
- Arisandy, A. (2017). *Hubungan kontrol diri dengan perilaku pembelian impulsif*. *Jurnal Psikologi*.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of consumer research*, 28
- Charan, Y. Y. P., & Rahayu, M. N. M. (2022). Kontrol diri dan pembelian impulsif wanita dewasa awal pada masa pandemi. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(4), 662-670.
- Field, A. (2020). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). London: SAGE Publications.
- Fitriani, I., Ratnaningtyas, S., & Prihandini, D. (2024). Kontrol diri sebagai prediktor perilaku konsumtif pada penggemar budaya populer. *Jurnal Psikologi Sosial*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hafid, B. I. R., & Satwika, Y. W. (2024). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada NCTzen Dewasa Awal di Tangerang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 5085-5103.

<https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempati-urutan-ke-4-penggemar-Korean-wave-terbesar>
didunia<https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempatiurutan-ke-4-penggemar-Korean-wave-terbesar-di-dunia>

Kaho, T. A. N. R., Wijaya, R. P. C., & Benu, J. M. (2023). Kontribusi Celebrity Worship terhadap Pembelian Impulsif Remaja Penggemar *K-pop*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 338-343.

Katadata Insight Center & Zigi.id. (2022, Juli 24). *Mayoritas penggemar K-Pop dan K-Drama hanya nikmati konten gratisan*. Katadata Media Network.

Khairunnisa, A. F., Priyatama, A. N., & Astriana, S. (2021). Pembelian impulsif Pada Fans *K-pop* Di Twitter. *Jurnal Psikohumanika*, 13(2), 1

Kim, J., Kim, H. K., & Lee, J. (2019). The Influence of Fandom Culture on Impulse Buying Behavior: The Case of *K-pop Merchandise*. *Journal of Consumer Culture*, 19(3), 311-327.

Maiseptian, F., Rosdialena, R., & Dewita, E. (2021). Kontrol diri Mahasiswa Perempuan Pengguna Smartphone Serta Implikasinya Dalam Bimbingan Konseling Islam. *Kafaah: Journal of Gender Studies*, 11(1), 107-120.

Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol diri: definisi dan faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, 3(02), 65-69

Muhaditia, M., Narawati, P. C., & Lisnawaty, R. Y. (2022). Pengaruh *Korean Waves* Terhadap Fashion Remaja Indonesia. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 1(01), 138-153.

Muliana, I. W. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Komunikasi Interpersonal Dengan Kecenderungan Kecanduan Internet Pada Mahasiswa Skripsi. (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Nasution, F., Wibowo, A., Nasution, T. M. S., & Edith, I. R. (2024). Konsep Dasar, Ruang Lingkup Psikologi Dewasa Dan Manula, Kondisi Dewasa Awal. *Jurnal Ilmu Psikologi dan Kesehatan* | *E-ISSN: 3063-1467*, 1(3), 108-114.

- Pangkaca, N., Rejeki, A., & Sholichah, I. F. (2021). Pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif belanja online pada karyawan department store. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), 466495.
- Puspitasari, D., Argiati, S. H. B., & Putrianti, F. G. (2022). Pembelian impulsif ditinjau dari kontrol diri pada mahasiswi penggemar *K-pop* di Yogyakarta. *Journal of Psychology Students*, 1(2), 104-112.
- Putri, F. D., Bakar, A., & Hamid, F. (2023). Pengaruh impulsivitas dan kecenderungan konsumtif terhadap keputusan pembelian merchandise K-Pop. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Psikologi*.
- Ridzky Alfathi, B. (2025, Juni 20). *Indonesia jadi konsumen terbesar K-Pop di dunia, sentuh 18 % pangsa pasar global*. GoodStats Data.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199. <https://doi.org/10.1086/209105>
- Sari, F., & Handayani, N. S. (2020). Kontrol diri dan pembelian impulsif pakaian pada remaja penggemar *K-pop*. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 179-188.
- Shahibah, A. (2025, Mei 20). *Inilah proporsi penduduk Indonesia berdasarkan umur, update Mei 2025*. GoodStats Data.
- Situmorang, M., & Rahma, A. (2022). *Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Era Digital*. *Jurnal Psikologi dan Perkembangan Remaja*, 10(1), 45–53.
- Stern, H. (1962). The Significance of Impulse Buying Today. *Journal of Marketing*, 26(2), 59–62. <https://doi.org/10.2307/1248439>
- Syafebti, D., Afriyenti, L. U., & Fitriyana, R. (2023). KONTROL DIRI DAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA REMAJA PENGGEMAR *K-POP*. *SOUL: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 15(1), 50-59.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324.
- Thalib, A. M. (2010). *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Tumanggor, S., Hadi, P., & Sembiring, R. (2022). Pembelian impulsif pada e-commerce shopee (studi pada konsumen shopee di Jakarta Selatan). *Journal of Business and Banking*, 11(2), 251.

- Tupamahu, F. A. S., & Balik, D. (2020). Efek Moderasi Kontrol Diri pada Hubungan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif Online. *PUBLIC POLICY; Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik Dan Bisnis*, 1(2), 115-136.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271-279.
- Ulya, N.A., Noviekayati, I., Ananta, A. (2022). Perilaku Pembelian Impulsif *Merchandise K-pop* Pada Remaja Wanita Komunitas Stay Ditinjau Dari Gaya Hidup. *Jurnal Biopsikososial*, 6(2), 661-672
- Veronica, M., Paramita, S., & Utami, L. S. (2018). Eksploitasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album *K-pop*. *Jurnal Koneksi*, 433-440
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying. *European Journal of Social Psychology*, 31(5), 503-514.