

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. R. (2015). Metode penelitian kuantitatif.
- ANDRAINI, W. H. (2019). Pengaruh tingkatan celebrity worship terhadap perilaku konsumtif remaja dalam pembelian produk yang berkaitan dengan idola (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Andriyanto, D. S., Suyadi, I., & Fanani, D. (2016). *Pengaruh fashion involvement dan positive emotion terhadap impulsive buying (survey pada warga kelurahan Tulusrejo kecamatan Lowokwaru kota Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Andriyanto, D., Suyadi, I., & Fanani, D. (2016). Pengaruh Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap impulsive buying (Survey pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 31(1), 42–49.
- Anggraeni, D. (2021). Tren Usaha Merchandise K-pop: Photocard Decoration. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (Vol. 1, No. 11).
- Apriliani, S. F. Z. (2022). *HUBUNGAN ANTARA CELEBRITY WORSHIP DENGAN PERILAKU KONSUMTIF REMAJA YANG BERKAITAN DENGAN IDOLA* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran *celebrity worship* pada penggemar k-pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203-210.
- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological well being penggemar K-pop dewasa awal yang melakukan celebrity worship. *Buletin Penelitian Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 137-148.
- Bok-Rae, K. (2015). Past, present and future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 154-160.
- Budiono, D. W., Cholifah, & Istanti, E. (2017). Pengaruh In-Store Promotion terhadap Keputusan impulsive buying pada Konsumen Ramayana Department Store Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Branchmark*, 3(3), 153–164.
- Chrestella, A. (2018). Ilustrasi Merchandise Memanfaatkan Fenomena K-Pop Di Indonesia. *Rupaka*, 1(1).
- Fachlya, S., Taibe, P., & Purwasetiawatik, T. F. (2023). Pengaruh Celebrity Worship

- terhadap Perilaku Konsumtif pada ARMY di Masa Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(1), 195-201.
- Fitriana, M. (2019). Hubungan kontrol diri dengan pemujaan terhadapidola pada remaja penggemar k-pop. *Psiko Borneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 579-591.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermanto, E. Y. (2016). Pengaruh Fashion Involvement Terhadap impulsive buying Behaviour Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 11–19. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.11-19>
- Hermanto, E. Y. (2016). Pengaruh Fashion Involvement Terhadap impulsive buying Behaviour Masyarakat Surabaya Dengan Hedonic Shopping Motivation Dan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Zara. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 11–19. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.11-19>
- Herukalpiko, D. K. D., Prihatini, A. E., & Widayanto. (2013). Pengaruh Kebijakan Harga, Atmosfer Toko Dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku impulsive buying Konsumen Robinson Department Store Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 132–140.
- Kotler, P. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 12 jilid 2. indeks-Prentice Hall. Jakarta.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metodepenelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Liu, K.K.Jacky. (2013). Idol Worship, Religiosity, and Self Esteem Among University and Secondary Students in Hong Kong. *Discovery- SS Student E-Journal*. 2(5),15-28.

- Maltby, J., & Day, L. (2011). Celebrity worship and incidence of elective cosmetic surgery: Evidence of a link among young adults. *Journal of Adolescent Health, 49*(5), 483-489.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and individual differences, 40*(2), 273-283.
- McCutcheon, Lynn E., Lange, R. & Houran, J. (2002). "Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship," *British Journal of Psychology, 93* (2), 67-87.
- Nasution, Nadira Wulandari. 2018. Hubungan keterampilan sosial dengan *Celebrity Worship* pada remaja di komunitas *Korean Cultural Centre* Medan.
- Nuprilianti, N. P., & Khuzaini. (2016). Pengaruh Personal Selling, Brand Image, Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Mobil. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 5*(1), 1-18.
- Nurkholidah, I. E. (2022). *Pengaruh Brand Image, Promosi Penjualan, dan Store Atmosphere Terhadap impulsive buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko D'rent Roti dan Kue Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Putrianiingtyas, H. (2023). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Brand Attitude Dan Advertisement Attitude, Dan Pengaruh Brand Attitude Dan Advertisement Attitude Pada Purchase Intention (Kasus Pada Pengguna Aplikasi Tiktok) (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Ristiarni, C. N. (2023). *Hubungan Celebrity Worship Dengan Citra Tubuh Pada Mahasiswi Penggemar K-pop Di UIN Ar-Raniry Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J. & Gillet, R. 2007. *Celebrity Worship, Addiction and Criminality*. Article *Psychology, Crime and Law*.
- Sinaga, I., Suharyono, & Kumadji, S. (2011). Stimulus Store Environment Dalam Menciptakan Emotional Response Dan Pengaruhnya Terhadap impulsive buying ( Survei pada Pembeli di Carrefour Mitra I Malang ). *Jurnal Profit, 6*(2), 1-14.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2018).
- Syarif, E. (2018). The Influence Of Brand Image On Customer Loyalty In Lemona

Cake & Bakery Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Perdesaan*, 2(2), 58– 66.  
<https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6003>

Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan.  
*Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.

Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversitas*, 8(2), 205-214.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2015). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(1), 44-48.

