

DAFTAR PUSTAKA

- Alfathi, B. R. (2024). Indonesia Jadi Konsumen Terbesar K-Pop di Dunia, Sentuh 18% Pangsa Pasar Global. *GoodStats*.
<https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-jadi-konsumen-terbesar-k-pop-di-dunia-sentuh-18-pangsa-pasar-global-rneOI>
- Alila, T. S., & Dewi, D. K. (2024). Profil Perilaku Konsumtif pada Penggemar Idola K-Pop di Jawa Timur. *FENOMENA*, 33(1), 41–56.
<https://doi.org/10.30996/fn.v33i1.11196>
- Amesz, M. F., & Candranigrum, D. A. (2025). Keterikatan Parasosial Penggemar dan Idola (Studi Fanatisme NCTzen). *Kiwari*, 4(1), 44–52.
- Ardiansyah, M. Y., & Budiani, M. S. (2021). Hubungan Kontrol Diri dan Financial Literacy Dengan Compulsive Buying Pada Pengguna Aplikasi Belanja Online. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6), 202–216.
- Ariyani, R. F., Ramadhani, R. W., Wijaya, W. V., & Pertiwi, C. A. (2024). Fanatisme dan Fan War Penggemar Kpop di Media Sosial Tiktok. *Kinesik*, 11(3), 333–343. <https://doi.org/10.22487/ejk.v11i3.1535>
- Asiah, Zahra, D. R., Violina, E. I., & Ginting, R. L. (2025). Hubungan Self Esteem Dengan Kecenderungan Kompulsif Buying Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Babalan. *Psikologi Konseling*, 18(1), 161–172.
<https://doi.org/10.24114/psikologikonseling.v18i1.67275>
- Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203.
<https://doi.org/10.24014/pib.v1i3.9858>
- Azwar, S. (2018). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Azzahra, M. S., & Ariana, A. D. (2021). Psychological Wellbeing Penggemar K-Pop Dewasa Awal yang Melakukan Celebrity Worship. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 137–148.
<https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.24729>
- Chaeruman, D. R. D., Nabila, F. I., Choli, J., & Purwantini, L. (2024). Hubungan Dukungan Sosial Dan Self Esteem Dengan Subjective Well Being Pada Mahasiswa Universitas Islam “45” Bekasi. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, 2(2), 194–205.
<https://doi.org/10.54066/jupendis.v2i2.1535>
- Fauziyah, Istiqomah, E., & Dewi, R. S. (2025). Peranan Celebrity Worship terhadap Pembelian Kompulsif pada Laki-laki Penggemar K-Pop Generasi Z di Kalimantan Selatan. *Jurnal Kognisia*, 8(2), 183.
<https://doi.org/10.20527/kognisia.2025.10.020>

- Furqon, H., Hasnida, & Fauzia, R. (2025). Peran Kontrol Diri terhadap Celebrity Worship Pada Kpopers di Indonesia: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1128–1133. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1553>
- Gempar Al-Hadist, Arif Fajar Prasetyo, & Daniel Assetiawan Iriana. (2022). Perbandingan Motivasi Belajar Penjas Antara Jurusan IPA Dengan Jurusan IPS Di SMA Negeri 1 Subang. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(1), 19–32. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i1.909>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayundaka, A., & Yuniardi, M. S. (2023). Pengaruh harga diri terhadap kesejahteraan psikologis dan kesepian pada Mahasiswa. *Psychological Journal: Science and Practice*, 3(2), 171–176. <https://doi.org/10.22219/pjsp.v3i2.28365>
- Hermadana. (2020). Keterampilan Sosial Dengan Pemujaan Selebriti Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 462–471. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i3.5364>
- Irawan, A. T., Abrar, F. M., Pramudita, A. L. E., Khairunisa, P. N., Huwaida, H., & Nugraha, J. T. (2024). Analisis Self-Esteem Pada Remaja Usia 18-23 Tahun. *Journal of Governance and Public Administration*, 2(1), 127–135. <https://doi.org/10.70248/jogapa.v2i1.1633>
- Irwan, W., Radde, H. A., & Purwasetiawatik, T. F. (2022). Gambaran Perilaku Compulsive Buying pada Perempuan Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Karakter*, 2(1), 36–44. <https://doi.org/10.56326/jpk.v2i1.1299>
- Jumantara, S., Yulistiyanti, D., & Kencanawaty, G. (2021). Perancangan Sistem Informasi Keuangan Kas di Kampung Babakan RW 13 Bogor. *Jl-Tech: Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT*, 17(2), 48–55.
- Khairalita, Z., & Susilarini, T. (2023). Hubungan Konformitas dan Kontrol diri dengan Pembelian Kompulsif Terhadap Produk Skincare Innisfree pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *Jurnal Psikologi Kreatif Inovatif*, 3(2), 43–52.
- Kusumadewi, A. N. K. N., Marlina, R., Mawardi, A., & Tu'sadiyah, A. (2023). Celebrity Worship Dan Materialism Serta Pengaruhnya Terhadap Compulsive Buying Merchandise Pada Generasi Milenial Di Purwakarta. *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(04), 480–486. <https://doi.org/10.34308/eqien.v12i04.1506>
- Marettih, A. K. E., Ikhwanisifa, Widiningsih, Y., & Yovanny, C. P. (2024). Peran Harga Diri Terhadap Ketidakpuasan Bentuk Tubuh Remaja Perempuan.

- Psychopolytan: Jurnal Psikologi*, 8(1), 44–52.
<https://doi.org/10.36341/psi.v8i1.4213>
- Mayuli, P. D. L., Mitariani, N. W. E., & Hendrawan, I. G. Y. (2025). Pengaruh Celebrity Worship, Hedonic Shopping Motivation, dan Materialisme terhadap Compulsive Buying (Studi Kasus Pembelian Merchandise NCT di Bali). *EMAS*, 6(3), 563–577. <https://doi.org/10.36733/emas.v6i3.10967>
- Monoarfa, S., Yunus, P., & Mustapa, P. A. (2023). Penerapan Perawatan Endotracheal Tube pada Pasien dengan Penurunan Kesadaran di Ruang ICU RSUD Prof. Dr. Aloi Saboe Kota Gorontalo: Application of Endotracheal Tube Treatment to Patients with Decreased Consciousness in the ICU of Prof. Dr. Aloi Saboe Gorontalo City. *Intan Husada: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 11(2), 105–113. <https://doi.org/10.52236/ih.v11i2.280>
- Muharsih, L., Rohayati, N., & Ameylia, M. (2024). Harga Diri dan Kontrol Diri sebagai Prediktor Pembelian Kompulsif pada Konsumen Belanja Online di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 4(2), 18–27. <https://doi.org/10.36805/empowerment.v4i2.1174>
- Munica, R. (2021). Gambaran Celebrity Worship Terhadap Idola-Kpop pada Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(1), 90–98. <https://doi.org/10.38035/rj.v4i1.439>
- Nabil, N. R. A., Wulandari, I., Yamtinah, S., Ariani, S. R. D., & Ulfa, M. (2022). Analisis Indeks Aiken untuk Mengetahui Validitas Isi Instrumen Asesmen Kompetensi Minimum Berbasis Konteks Sains Kimia. *PAEDAGOGIA*, 25(2), 184. <https://doi.org/10.20961/paedagogia.v25i2.64566>
- Nabilla, P. (2023). Hubungan Celebrity Worship dan Psychological Well-Being pada Penggemar K-Pop di Jabodetabek. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 5(2). <https://doi.org/10.33024/jpm.v5i2.10705>
- Nafeesa, & Novita, E. (2021). Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Impulsive Buying pada Remaja Penggemar K-Pop. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 21(2), 79–86. <https://doi.org/10.31294/jc.v21i2.10319>
- Nafiudin, Andari, Kurnia, D., & Tia Safitri, A. (2021). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19. *Sains Manajemen*, 7(2), 155–167. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.4139>
- Ningsi, Aisyah, S., & Abadi, M. N. (2025). Pengaruh Celebrity Worship dan Literasi Keuangan terhadap Compulsive Buying Penggemar K-Pop dalam Membeli Merchandise. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 24(1), 91–99.
- Nisa, F. K., Wahono, B., & Bastomi, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Celebrity Worship Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian

- Album Fisik GOT7 (Studi Kasus Penggemar GOT7 Di Jawa Timur). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 1910–1919.
- Nurhalijah, S. D., Cahyati, N., Romadhona, A., Maulani, N., & Rahayu, M. S. (2024). Analisis Korelasi Spearman Untuk Mengetahui Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Dan Tingkat Produktivitas Akademis Mahasiswa Agribisnis (Studi Kasus: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(16), 800–809. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.13766003>
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147. <https://doi.org/10.1086/209204>
- Pasya, A. D. (2023). Pengaruh Celebrity Worship Pada Penggemar Kpop Generasi Z Terhadap Online Compulsive Buying Dengan Materialism Sebagai Variabel Mediasi. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.32524/kkjm.v2i1.773>
- Prameswari, F. H. K., Riskasari, W., & Patrika, F. J. (2024). Celebrity worship dengan compulsive buying pada k-popers di Surabaya. *JURNAL PSIKOLOGI POSEIDON*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.30649/jpp.v7i1.110>
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *JIDS (Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial)*, 1(2), 202–224.
- Puspitasari, W. D., & Febrinita, F. (2021). Pengujian Validasi Isi (Content Validity) Angket Persepsi Mahasiswa terhadap Pembelajaran Daring Matakuliah Matematika Komputasi. *Journal Focus Action of Research Mathematic (Factor M)*, 4(1), 77–90. https://doi.org/10.30762/factor_m.v4i1.3254
- Putri, D. E., & Rositawati, S. (2020). Pengaruh Celebrity Worship terhadap Perilaku Compulsive Buying pada Dewasa Awal Anggota Komunitas Baia Bandung. *Prosiding Psikologi*, 6(1), 1–6.
- Rayyani, I., & Mirza, M. (2023). Hubungan Antara Self Esteem dengan Compulsive Buying Pada Remaja. *Syiah Kuala Psychology Journal*, 1(1), 21–29. <https://doi.org/10.24815/skpj.v1i1.29995>
- Riwanda, F., & Aprilia, E. D. (2024). Pembelian Online Pada Dewasa Awal: Peran Materialisme Terhadap Compulsive Buying Pada Kelompok Pekerja. *Seurune: Jurnal Psikologi Unsyiah*, 7(2), 108–124.
- Salsabilla, R. (2022). Gokil! K-popers Habiskan Rp20 Juta Setahun Demi Dukung Idola Baca artikel CNBC Indonesia. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221108114249-33-385986/gokil-k-popers-habiskan-rp20-juta-setahun-demi-dukung-idola>

- Sangki, M. A. A., & Rahayu, M. N. M. (2025). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Compulsive Buying Pada Mahasiswa di Kota Manado. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 7(2), 223–238.
- Sari, Y., Fianiyanti, K., & Yuliadi, I. (2022). Hubungan Celebrity Worship dengan Perilaku Berbelanja Kompulsif pada Remaja. *Plexus Medical Journal*, 1(2), 75–80. <https://doi.org/10.20961/plexus.v1i2.28>
- Sasmita, H. I., & Syukriah, D. (2022). Hubungan Antara Kesepian Dan Harga Diri Dengan Celebrity Worship Pada Mahasiswa Penggemar K-Pop Anggota Komunitas Korean Culture Club ITB. *Psikologi Kreatif Inovatif*, 2(3), 37–45. <https://doi.org/10.37817/psikologikreatifinovatif.v2i3.2125>
- Setiawan, D. A., Huse, I. A., Yuliansyah, R., & Wasif, S. K. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Studi Kasus Ini Di Wilayah Kelurahan Cipinang Besar Utara). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(9). <https://doi.org/10.47492/jip.v2i9.1286>
- Siregar, I. I. P., & Novita, E. (2023). Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar K-Pop di SMA Swasta Al-Manar Medan. *Jurnal Social Library*, 3(3), 212–220.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas dan Reliabilitas terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2). <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sofwan, A., & Sumaryanti, I. U. (2022). Pengaruh Celebrity Worship terhadap Compulsive Buying pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(2), 269–276.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke-5). Alfabeta.
- Suhron, M. (2017). *Asuhan Keperawatan Konsep Diri: Self Esteem* (Cetakan Pertama). Mitra Wacana Media.
- Sutikno, Y., Hosan, & Irawati. (2021). Implementasi Metode Penugasan untuk Meningkatkan Kemampuan Melakukan Wawancara untuk Mahasiswa STAB Maitreyawira. *Jurnal Maitreyawira*, 2(2), 1–8. <https://doi.org/10.69607/jm.v2i2.40>
- Sysca, D. H., & Dwivayani, K. D. (2024). Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idol K-Pop dalam Penggunaan Aplikasi Weverse. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 498–511. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.517>
- Thahira. (2020). Survei: Penggemar K-Pop Bisa Habiskan Rp 20 Juta per Tahun untuk Idolanya. *Kumparan.com*. <https://kumparan.com/kumparank-pop/survei-penggemar-k-pop-bisa-habiskan-rp-20-juta-per-tahun-untuk-idolanya-1uiF3RzI6F>

- Triadanti. (2019). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota? *IDNTimes*.
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota-00-7bx9b-3hnnj7>
- Tristan, R. N. A., & Yulianto, A. (2024). Pengaruh Celebrity Worship dan Jenis Kelamin terhadap Compulsive Buying pada Penggemar K-Pop Berusia Emerging Adulthood. *Sebatik*, 28(1), 138–146.
<https://doi.org/10.46984/sebatik.v28i1.2462>
- Verawati, L., Anwar, M. S., & Hesti Rahmayanik. (2025). Interaksi Iklan Media Sosial dan Fear of Missing Out (FOMO) Pada Pembelian Kompulsif Online: Peran Mediasi Materialisme. *UPY Business and Management Journal (UMBJ)*, 4(2), 58–72. <https://doi.org/10.31316/ubmj.v4i2.7823>
- Virly, N., & Balgies, S. (2023). Self Esteem Dengan Online Compulsive Buying Produk Fashion Pada Konsumen Perempuan. *Jurnal Psycho Aksara*, 1(1), 19–31.
- Walenta, W., Elgeka, H. W. S., & Tjahjoanggoro, A. J. (2022). Narsisisme dan Harga Diri Perempuan Generasi Z terhadap Pembelian Kompulsif. *Gadja Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 8(1), 18.
<https://doi.org/10.22146/gamajop.66627>
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932.
<https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Winiardani, D. V. D., & Oktaviana, M. (2023). *Pengaruh Celebrity Worship terhadap Compulsive Buying pada Kpopers Dewasa Awal*.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22441/merpsy.v15i1.19810>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
<https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>
- Zahra, L., Ekasari, A., & Muslimah, A. I. (2025). Kualitas Persahabatan dan Harga Diri terhadap Kebahagiaan pada Siswa. *SOUL: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 17(2), 128–138. <https://doi.org/10.33558/soul.v17i2.11357>