

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Anam, Khairul. (2022, May 17). Banyak Fitur Paylater, Bagaimana Menurut Pakar?. *CNBC Indonesia*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20220517180250-72-339618/banyak-fitur-paylater-gimana-menurut-pakar>
- Anindita, K. V. (2021, October 5). *Konsumtif Dan Penggunaan X Paylater Pada Remaja, Bisa Menjadi Bumerang?* Retrieved from <https://Si.com/kartika-vela-andita/konsumtif-dan-penggunaan-shopee-paylater-pada-remaja-bisa-menjadi-bumerang-1wf7LahZ3mL>.
- Aristanti, N. D. (2020). PayLater, Kartu Kredit Zaman Now yang Ternyata Bisa Bikin Kalap Belanja! Koin Works. Retrieved from: <https://koinworks.com/blog/apa-itu-pay-later/>
- Asrie, N. D., & Misrawati, D. (2020). Celebrity worship Dan impulsive buying Pada Penggemar kpop idol. *Journal of Psychological Perspective*, 2(2), 91–100. <https://doi.org/10.47679/jopp.022.12200008>
- BBC Indonesia. (2022, December 29). Akibat 'beli sekarang bayar nanti', banyak anak muda terjerat utang paylater – ‘Saya tidak bisa kredit rumah. *BBC Indonesia*. Retrieved February 26, 2023, from <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cml0eempvkno>.
- Besari, N. P. (2022, May 9). Waspada Paylater, Bisa Jadi Ancaman Buat Kalian! *CNBC Indonesia*. Retrieved February 25, 2023, from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220509113714-37-337407/waspada-paylater-bisa-jadi-ancaman-buat-kalian?page=all>.
- Beyhaki, Arifin, Z., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Daihatsu Xenia Periode Januari – Desember 2014 pada PT Daihatsu Jolo Abadi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 31 No. 2, 93-99.

- Bli Bli Friends. (2022, August 8). *Nama - Nama Fandom K-Pop dan Maknanya*. *Blibli.com*. Retrieved from <https://www.blibli.com/friends/blog/nama-nama-fandom-kpop-00>
- Bli Bli Friends. (2020, December 8). *Perbedaan Fan Meeting, Konser dan Showcase*. *Blibli.com*. Retrieved from <https://www.blibli.com/friends/blog/perbedaan-fan-meeting-konser-dan-showcase-00/>
- Budiarti, Elita Putri. (2022). *Analisis Perilaku Loyalitas Dan Fanatisme Fans NCT*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia).
- Cahyadi. (2019, September 27). Grant Thornton Rangkum Lima Resiko Penggunaan Paylater. *Beritasatu.com*. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/ekonomi/577232/grant-thornton-rangkum-lima-risiko-penggunaan-pay-later>
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran X Paylater. *Tel-U Collection*.
- CXO Media. (2022, November 10). *Paylater: Sebuah Kemudahan Atau Bencana?* Retrieved from <https://www.cxomedia.id/general-knowledge/20221110121112-55-177005/paylater-sebuah-kemudahan-atau-bencana>.
- C. Mowen, John & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- CNN Indonesia. (2022, January 26). Indonesia Jadi Negara K-Popers Terbesar di Twitter. *CNN Indonesia*. Retrieved February 26, 2023, from <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>.
- CNN Indonesia. (2021, December 3). Paylater dan Pinjol, Serupa Tapi Tak Sama. *CNN Indonesia*. Retrieved February 26, 2023, from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211130132822-78-727876/paylater-dan-pinjol-serupa-tapi-Cobb J.C. & Hoyer W.D., 1986>.

Planned versus impulse purchase behaviour. Journal of Retailing, 62(4), pp. 384-409.tak-sama.

Cobb J.C. & Hoyer W.D. (1986). Planned versus impulse purchase behaviour. *Journal of Retailing*, 62(4), 384-409.

Coley, A., & Burgess, B. (2003). Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 7(3), 282-295.

Endriana, Herita. (2023, January, 3). Indonesia Masuk Top 4 Pembeli Album K-Pop. *Sindonews.com*. Retrieved from <https://gensindo.sindonews.com/read/646363/700/indonesia-masuk-top-4-pembeli-album-k-pop-pada-2021-1641189705>

Erikson, Erik. 2010. *Childhood and Society*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fajriah, Wilda. (2022, February 23). 5 Kota Paling Banyak Belanja, Jakarta Posisi Berapa?. *Sindonews.com*. Retrieved from <https://lifestyle.sindonews.com/read/694283/166/5-kota-yang-paling-banyak-belanja-online-jakarta-posisi-berapa-1645592567?showpage=all>

Farras, B. (2019, May). Gojek Hingga Traveloka, Ini Platform yang Sediakan PayLater. *CNBC Indonesia*. Retrieved from : <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190510180848-37-71799/gojek-hingga-traveloka-iniplatform-yang-sediakan-pay-later>

Gąsiorowska, A. (2011). Gender as a moderator of temperamental causes of impulse buying tendency. *Journal of Customer Behaviour*, 10(2), 119-142.

Hadijah, S. (2019, Oktober). Aplikasi Layanan PayLater Makin Diminati, Yuk Cek Keuntungan dan Kerugiannya -. *Cermati.Com*. Retrieved from : <https://www.cermati.com/artikel/aplikasilayanan-pay-later-makin-diminati-yuk-cekkeuntungan-dan-kerugiannya>

Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami impulsif buying Dalam Proses Keputusan Pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 31–55. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>

- Hendryadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Ilmana. (2012). *Analisis Motivasi Konsumen Online Dalam Melakukan Impulsif Buying Pada Transaksi C2C Commerce*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Inspirasi Shopee. (2022). PayLater: Pengertian, Keuntungan, dan Tips Menggunakannya. Shopee.co.id. Retrieved from: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/apa-itu-paylater-adalah/>
- Iskandar. (2019, September 28). Hati-hati, ini 5 risiko menggunakan aplikasi pay later. *Hati-Hati, Ini 5 Risiko Menggunakan Aplikasi Pay Late*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/tekno/read/4073236/hati-hati-ini-5-risiko-menggunakan-aplikasi-pay-later>.
- Khairunnisa, A. F., Priyatama, A. N., & Astriana, S. (2021). Impulsive buying Pada fans k-pop di twitter. *Jurnal Psikohumanika*, 13(2), 1–9. <https://doi.org/10.31001/j.psi.v13i2.1332>
- K, M. R., & Aprialianty, F. (2022). The impact buy now pay later feature towards online buying decision in E-Commerce Indonesia. *International Journal of Business and Technology Management*. <https://doi.org/10.55057/ijbtm.2022.4.3.13>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing (15th ed)*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip - Prinsip Pemasaran (13th ed., Vol. 1)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lăzăroiu, G., Neguriță, O., Grecu, I., Grecu, G., & Mitran, P. C. (2020). Consumers' decision-making process on social commerce platforms: Online

- Trust, perceived risk, and purchase intentions. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00890>
- Loudon, D.L dan Della Bitta, A.J. (1993). *Consumer Behavior: Concepts and Application*. Singapore:McGrowHill,In.
- Lova, Chyntia. (2022, September 23). Tiket Konser NCT 12 Ludes Terjual Tak Sampai 1 Jam. *Kompas.com*. Retrieved from <https://www.kompas.com/hype/read/2022/09/23/111244766/tiket-konser-nct-127-ludes-terjual-tak-sampai-1-jam>
- Marhadi, M., Putri, G. A., Nursanti, A., & Suyastri, C. (2022). The Effect Of Shopping Emotion And Perceived Risk On Purchasing Decisions Through Impulsive Buying As An Intervening Variable In Shopee E-Commerce Consumers. *Enrichment : Journal of Management*, 12(2), 2482-2488. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i2.596>
- Mönks, F. J., P., K. A. M., & Haditono, S. R. (2019). *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Gadjah Mada University Press.
- Nurjannah, P., & Ikhsan, N. E. (2022). Pengaruh Fanatisme Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Group Seventeen Di DKI Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Padmono. (2011). *Evaluasi Pengajaran*. Surakarta: UNS.
- Pahlevi, Reza. (2022, January 28). Ini Jumlah Penjualan Album Fisik Boyband Kpop NCT, NCT 127, dan NCT U. *Katadata Media Network*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/28/ini-jumlah-penjualan-album-fisik-boyband-kpop-nct-nct-127-dan-nct-u>
- Pratiwi, D.P. (2020, June 10). Mengintip Sejarah Lightstick, Identitas Fandom K-pop. *Sindonews.com*. Retrieved from <https://gensindo.sindonews.com/read/67974/700/mengintip-sejarah-lightstick-identitas-fandom-k-pop-1591967206>



- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan pinjaman online X Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818–828. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Rangkuti, A. A. (2017). *Statistika Inferensial Untuk Psikologi dan Pendidikan (Pertama)*. Jakarta: Kencana.
- Ramadhani, N. (2020, February 21). Sering Pakai Fitur PayLater? Perhatikan Hal Berikut Sebelum Keseringan—Akseleran Blog. Akseleran. Retrieved from: <https://www.akseleran.co.id/blog/fitur-PayLater/>
- Rini, Y. P., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh impulse buying Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada produk skincare merek pond's DI golden swalayan tulungagung. *JURNAL ECONOMINA*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.48>
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189. <https://doi.org/10.1086/209105>
- Rosydana, S. (2022). ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN MERCHANDISE KPOP DI SHOPEE. In *SEMINAR NASIONAL ILMU TERAPAN* (Vol. VI, pp. 1–9). Surabaya; Universitas Widya Kartika.
- Rusyda. (2023, July 2). Sepak Terjang Karier NCT dalam Industri Musik K-Pop. *Tempo.co* Retrieved from <https://seleb.tempo.co/read/1743469/sepak-terjang-karier-nct-dalam-industri-musik-k-pop>
- Salsabilla, R. (2022, November 8). Gokil! K-popers Habiskan Rp20 Juta Setahun Demi Dukung Idola. *CNBC Indonesia*. Retrieved February 25, 2023, from <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221108114249-33-385986/gokil-k-popers-habiskan-rp20-juta-setahun-demi-dukung-idola>.
- Santrock, J. W. (2002). *Psikologi Perkembangan*, jilid 2. Jakarta: Erlangga

- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan Keputusan dan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(4), 196–207.
- Sitoresmi, A. R. (2023, May 15). *Fandom Adalah Komunitas Fans Berat, Pahami Makna Dan Perannya Di Dunia Hiburan*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/hot/read/5287060/fandom-adalah-komunitas-fans-berat-pahami-makna-dan-perannya-di-dunia-hiburan>.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu & Hani T. Handoko. 2013. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen (1th ed)*. Yogyakarta: BPFE
- Swasta, Basu & Irawan, 2012, *Manajemen Pemasaran Modern* (2th ed). Liberty. Yogyakarta
- Ulya, N. A., Noviekayati, I., & Ananta, A. (2022). Perilaku Pembelian Impulsif merchandise K-pop pada remaja wanita komunitas stay ditinjau Dari Gaya Hidup. *Biopsikososial: Jurnal Ilmiah Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Mercubuana Jakarta*, 6(2), 661–672. <https://doi.org/10.22441/biopsikososial.v6i2.16119>
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel* (2nd ed.). Jakarta: Salemba Empat.

- Verplanken, B., & Herabadi, A. G. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, *15*(1), 71-83. DOI: 10.1002/per.423
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The psychology of impulse buying: An integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, *34*(2), 197–210. <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9158-5>
- Wanisa, Z. (2022, December 9). "Buy Now Pay Later", Kemudahan atau Jebakan? *Detik News*. Retrieved February 26, 2023, from <https://news.detik.com/kolom/d-6451876/buy-now-pay-later-kemudahan-atau-jebakan>.
- Welsa, H., Cahyo, A. D., & Saputri, W. (2022). Pengaruh price discount dan sales promotion TERHADAP Keputusan Pembelian dengan impulsive buying Sebagai Variabel intervening. *KINERJA*, *19*(1), 122–130. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10819>
- Zatul, Aviccena. (2022, October 15). 11 Produk Terlaris di Marketplace 2022. *Asiacommerce*. Retrieved from <https://asiacommerce.id/11-produk-terlaris-di-marketplace-2022/>