

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Baudrillard, J. P. 2013. *Masyarakat Konsumsi, Terjemahan Wahyuono* Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Baudrillard, J. 1981. *For a Critique of the Political Economy of the Sign, Trans. Charles Levin*. St. Louis: Telos Press
- Baudrillard, J. 1998. *The consumer society: Myths and structures*. Bonhill Street: Sage Publications
- Firmansyah, M, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Haryoko, S. 2020. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar
- Kependidikan, P. D. A. N. T., & NASIONAL, D. P. 2008. Pendekatan, jenis, dan metode penelitian pendidikan. *Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional*
- Sahir, S. H. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia
- Salim. 2019. *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Kencana.
- Suyanto, B. 2014. *Sosiologi ekonomi: Kapitalisme dan konsumsi di era masyarakat post-modernisme*. Jakarta: Prenada Media
- Taan, Hapsawati. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahir Publishing
- Utami, I. W. 2017. *Perilaku konsumen*. Surakarta: CV Pustaka bengawan

JURNAL

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. 2022. Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*. Vol. 6(1), 974-980.
- Adytia, D. Y. 2018. Perilaku Konsumsi Generasi Millennial dalam Penggunaan E-Commerce di Era Digital (Studi Kasus pada Mahasiswa Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol. 6(2), 1-17.
- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. 2021. Dinamika psikologis fangirl *K-Pop. Cognicia*. Vol. 9(1), 17-24.

- Amanda, N. A. J. 2022. Analisis Fenomena Fandom *K-Pop* dalam kajian Hubungan Parasosial: Literatur Review. *Jurnal Psimawa*. Vol. 5(2), 86-90.
- Ambrosius, L. I., & Abdul Rahman. 2022. Menganalisis Pengaruh Platform Twitter Sebagai Alat Komunikasi Kpopers dalam Berspesialisasi Penyebaran Informasi. *Pinisi Journal of Art, Humanity, & Social Studies*. Vol. 2(6), 234-240
- Ananda, M., Hadi, N., & Meiji, N. H. P. 2021. Di balik perilaku konsumtif NCTZEN dalam pembelian merchandise NCT (studi kasus komunitas NCTzen Malang). *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 1(9), 1011-1026
- Andina, A. N. 2019. Hedonisme Berbalut Cinta dalam Musik *K-Pop*. *Syntax*. Vol. 1(8), 39-49
- Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. 2021. Fanatisme dan perilaku konsumtif pada komunitas penggemar *K-Pop* di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*. Vol. 1(1), 75-84.
- Azwar, M. 2014. Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan upaya pustakawan mengidentifikasi informasi realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*. Vol. 2(1), 38-48.
- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. 2019. Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*. Vol. 13(2), 147-166
- Baumeister, R. F. 2002. Yielding to temptation: Self-control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior. *Journal of consumer Research*. Vol. 28(4)
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. 2019. Celebrity worship on early adult *K-Pop* fangirling. In *4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2018)*. Vol. 304, 167-170.
- Charistia, A. J., Matulesy, A., & Pratitis, N. 2022. Perilaku konsumtif ditinjau dari kontrol diri dan celebrity worship penggemar NCT. *INNER: Journal of Psychological Research*, Vol. 2(1), 96-107.
- Cochoy, F., Licoppe, C., McIntyre, M. P., & Sörum, N. 2020. Digitalizing consumer society: equipment and devices of digital consumption. *Journal of Cultural Economy*. Vol. 13(1), 1-11.
- Dalimunthe, S. F., Wahyuni, E. S., & Oktarina, A. 2022. Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar *K-Pop* Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*. Vol. 1(2), 284-295.

- Fella, S., & Sair, A. 2021. Menjadi Korea: Melihat Cara, Bentuk dan Makna Budaya Pop Korea Bagi Remaja di Surabaya. *Journal of Urban Sociology*, Vol. 3(2), 7-19.
- Habib, M. M. 2018. Culture and consumerism in Jean Baudrillard: A postmodern perspective. *Asian Social Science*, Vol. 14(9)
- Halimatussakdiah., Martono, S., & Sudarma, K. 2019. Influence of Life Style and Financial Literacy to Consumptive Behavior through Self-Control of Unisru FEB College Students Jepara. *Journal of Economic Education*. Vol. 8(1), 75-80.
- Haq, S. W. 2019. Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Korea. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2(2).
- Heninda, Citra. 2013. Corporate Strategies in the Spread of Hallyu (Korean Wave) in Indonesia. *Mozaik*. Vol. 3(2).
- Hufad, A., Nabilla, Z. P., Asyahida, F. N., & Lampung, K. B. 2020. Instagram Shopping Towards Consumers' Consumptive Behavior: Factors and Effects to Indonesian Students. *International Journal of Advanced Science and Technology*. Vol. 29(4), 4288 - 4295
- Islam, R. C. 2017. Simulacra sebagai Kritik Atas Modernisme (Studi Analisis Atas Pemikiran Jean P. Baudrillard). *Jaqfi: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*, Vol. 2(1), 88-112.
- Jannah, Elita U. U., & Istyakara M. 2022. Faktor-faktor yang Memotivasi Penggemar *K-Pop* untuk Mengunjungi Korea Selatan: *K-Pop*, Kedekatan Budaya, dan Keterlibatan Jangka Panjang, *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. Vol. (1)1, Hal. 37-64.
- Jati, W. R. 2015. Less cash society: Menakar mode konsumerisme baru kelas menengah Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 14(2).
- Juditha, C. 2017. Memahami Struktur Jaringan Media Sosial sebagai Cara Strategis Periklanan di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pekommas*, Vol. 2(1), 99-114.
- Lazzer, G. P. 2016. Consumption Epiphany: from abstract to material. *Italian Sociological Review*. Vol. 6(1).
- Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. 2003. A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *The Journal of nervous and mental disease*. Vol. 191(1), 25-29.
- Mihardja, J., & Paramita, S. 2018. Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Koneksi*. Vol. 2(2), 393-400.

- Mirbabazade, S. F., & Jafari, A. 2013. Consumption as Sign in Don DeLillo's Cosmopolis. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*. Vol. 2(6).
- Mrad, M., & Cui, C. C. 2020. Comorbidity of Compulsive Buying and Brand Addiction: An Examination of Two Types of Addictive Consumption. *Journal of Business Research*. Vol. 113, 399-408.
- MT, Monique Fiolitha. 2020. Peranan Teknologi Audiovisual dalam Fenomena Hallyu sebagai Budaya dan Gaya Hidup Remaja di Jakarta. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*. Vol. 22(2), 184-201.
- Mulyani, R., Thomas, P., & Widiyanto, W. 2018. The influence of Student Consumption, Social Status of Family, The Economic Parent Status, and The Economic Education of Family to Consumption Behavior. *Journal of Economic Education*. Vol. 7(1)
- Noza, C., & Primayanti, A. 2019. Pemanfaatan Akun Twitter@ Womanfeeds Sebagai Media Informasi Dikalangan Followersnya. *eProceedings of Management*. Vol. 6(3). 6404-64011
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. 2021. Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 9(1), 42-54.
- Permana, T., & Puspitaningsih, A. 2021. Studi ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*. Vol. 4(2), 161-170.
- Pramadya, T. P., & Oktaviani, J. 2021. Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan. *Insignia: Journal of International Relations*. Vol. 8(1), 87-100.
- Purwanti, S. 2022. Melihat Dunia dengan Simulakra (Mengkaji Baudrillard dan Masyarakat Konsumsi). *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*. Vol. 11(2), 220-230.
- Rahayu, E. L. B., & Syam, N. 2021. Digitalisasi Aktivitas Jual Beli Di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*. Vol. 4(2), 672-685.
- Rahman, A., & Fitrah, M. 2018. Perilaku konsumsi masyarakat dalam perspektif islam di kelurahan barombong kota makassar. *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 5(1).
- Roslan, S., Anggraini, D., & Minanda, A. 2018. Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *Jurnal Neo Societal*. Vol. 3(2).

- Rungsisawat, S., Joemsittiprasert, W., & Jermittiparsert, K. 2019. Factors Determining Consumer Buying Behaviour in Online Shopping. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Vol. 8(8).
- Sadasri, L. M. 2021. Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*. Vol. 10(2), 147-162.
- Safaat, A. R., Bachtiar, F. R., & Zainal, N. A. 2022. Korean Pop Culture Sebagai Instrument Politik Luar Negeri Korea Selatan. *Vox Populi*. Vol. 5(2), 169-196.
- Sajid. 2016. Social Media and its Role in Marketing, *Journal Business and Economics*, Vol. 7(1).
- Salsabila, Z. F., & Muhd Ar. I. R. 2022. Pola Komunikasi Virtual Pengelolaan Autbase Twitter (Studi Media Sharing Real Life Things Pada Akun @bertanyarl). *Jurnal Komunikasi*. Vol. 14(1).
- Setiawan, A. B. 2018. Revolusi bisnis berbasis platform sebagai penggerak ekonomi digital di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Vol. 9(1), 61.
- Singer, n. G., & hidayat, z. 2021. Influencing Factors in Fans' Consumer Behavior: BTS Meal Distribution in Indonesia. *Journal of Distribution Science*. Vol. 19(9)
- Soron, D. 2010. Sustainability, Self-Identity and The Sociology of Consumption. *Sustainable development*. Vol. 18(3)
- Suryani, N. P. E. 2014. Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan. *Jurnal Global*. Vol. 16(1), 69-83.
- Tofani, A. Z. 2023. Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans Dengan Idol (Studi Pada Interaksi Seventeen Dan Carat). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL)*. Vol. 1, 349-358.
- Umanailo, M. C. B., Nawawi, M., & Pulhehe, S. 2018. Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konsumtif. *Simulacra*. Vol. 1(2).
- Valentina, A., & Istriyani, R. 2013. Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan. *Jurnal 5.Pemikiran Sosiologi*. Vol. 2(2).
- Veronica, M., & Paramita, S. 2018. Eksploitasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album K-Pop. *Koneksi*. Vol. 2(2).
- Wahlen, S., & Laamanen, M. 2015. Consumption, Lifestyle and Social Movements. *International Journal of Consumer Studies*. Vol. 39(5).

- Warde, A. 2015. The Sociology of Consumption: Its recent development. *Annual Review of Sociology*. Vol. 41, 117-134.
- Wicaksono, M. A., & Maryana, D. 2021. Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*. Vol. 2(2), 74-85.
- Yona, S. 2006. Penyusunan studi kasus. *Jurnal Keperawatan Indonesia*. Vol. 10(2), 76-80.

TESIS

- Jenol, A. 2020. *K-Pop Fans' Identity and The Meaning of Being a Fan*. Thesis. Anthropology and Sociology Study Program University of Malaysia
- Wigati, P. A. 2014. *Hermès Phenomenon: Social Identity Development Through Consumptive Behaviour as Reflected in Hermès*. Doctoral Dissertation. English Study Program. Brawijaya University

SITUS

- Cha E. 2022 Nct Dream Brcomes Only Artist with 2 Million Seller Albums in 2022 as Candy Soars Past 1,2 Million Sales in Just 3 Days. Diakses pada 11 Mei 2023 <https://www.soompi.com/article/1559586wpp/nct-dream-becomes-only-artist-with-3-million-seller-albums-in-2022-as-candy-soars-past-1-2-million-sales-in-just-3-days>
- Javier, Faisal. 2023. Asal Film/Serial TV Paling Sering Ditonton. Diakses pada 11 Mei 2023 <https://data.tempo.co/data/1618/beda-nasib-drakor-dan-K-Pop-di-pasar-hiburan-digital-indonesia>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2019. Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78%. Diakses pada 25 Agustus 2023 https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media
- K-Pop* Wiki Indonesia. 2021. NCT. Diakses pada 11 Meia 2023 <https://kpop.fandom.com/id/wiki/NCT>
- Mujigae Official Web. Diakses pada 15 Juni 2023 <https://www.mujigae.com/outlet>
- Purnamasari, Dinda. 2017. Anak Muda Lebih Suka Serial Korea Ketimbang Sinetron. Diakses pada 10 Mei 2023 <https://tirto.id/coSM>

- Puspitasri, Maya Ayu. 2016. Spotify Resmi Masuk Indonesia. Diakses pada 25 Agustus 2023 <https://bisnis.tempo.co/read/758145/spotify-resmi-masuk-indonesia>
- Putri, Aulia M. H. 2023. Penjualan Album Fisik *K-Pop* Catat Rekor, BTS Paling Atas. Diakses pada 11 Mei 2023 <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230105094124-128-403000/penjualan-album-fisik-K-Pop-catat-rekor-bts-paling-atas>
- Rahmah, Fina Nailur. 2022. Riset Mayoritas Responden Sebut *K-Pop* Bantu Hilangkan Stress. Diakses pada 10 April 2023 <https://tirto.id/riset-mayoritas-responden-sebut-K-Pop-bantu-hilangkan-stres-gA0q>
- Wardani, Agustin S. 2022. Warganet Indonesia Paling Ramai Bicarakan Soal *K-Pop* di Twitter. Diakses pada 11 Mei 2023 <https://www.liputan6.com/teknoread/4870876/warganet-indonesia-paling-ramai-bicarakan-soal-K-Pop-di-twitter>

