

DAFTAR PUSTAKA

- Andadini, T. A. S., & Darmawanti, I. (2022). Perilaku konsumtif ditinjau dari celebrity worship syndrome pada komunitas NCTZEN dewasa awal. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*. 10(02), 268-286.
- Andreas, D. (2023). Hubungan Terpaan Media dan Interaksi Sosial dengan Perilaku Imitasi. Anggara, R., & Kristiana, I. F. (2022). *Pengalaman Fanatisme Pada Penggemar*. 6(April). 28, 158-159
- Atikkah, Shulhu, and Joko Fitra. 2021. "Pengaruh Fanatisme Fans Anime, Keragaman Produk Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Anime Pada Distro Pikapikani." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)* 3(6):1261–76. doi: 10.32639/jimmba.v3i6.1051.
- Bahtiar, A., Meiyuntariningsih, T., & Aristawati, A. R. (2021). Fanatisme terhadap anime dan perilaku konsumtif. *INNER: Journal of Psychological Research*, 1(2), 70–75.
- Baudrillard, J. P. (2011). Masyarakat Konsumsi. (Wahyunto, Terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Budiarti, E. P. (2022). Analisis perilaku loyalitas dan fanatisme fans NCT. *Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, 85. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/41942/18321051.pdf?sequence=1>
- Budiyanti, Soesilo, & Windrawanto. (2025). *Hubungan Antara Tingkat Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif Fans JKT48 (Benerpitu48) Di Salatiga*. 11, 341–349.
- Charistia, A. J., Matulessy, A., & Pratitis, N. (2022). Perilaku konsumtif ditinjau dari kontrol diri dan celebrity worship penggemar NCT. *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(1), 96-107.
- Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Fans JKT48 di Surabaya Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif Pada Fans JKT48 di Surabaya Gefanly Anno Damasta Damajanti Kusuma Dewi. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 07, 13–18.
- Danurtia, S., & Setiawan, A. (2023). Pengaruh diplomasi budaya jepang di Indonesia melalui japan cultural weeks 2021. *Jurnal Socia Logica*, 3(3), 27-40. <https://doi.org/10.572349/sociallogica.v3i3.844>
- Dwifadhilah, A., & Hakim, L. N. (2021). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Album K-Pop Treasure (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Album Treasure Di Jakarta). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(55), 386–398. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI/article/view/2323%0Ahttps://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI/article/viewFile/2323/1032>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2020). Perilaku Konsumen. Edisi 6 jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara

- Farij, I., & Suci Rahma Nio. (2025). Hubungan Antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar JKT48 Regional Sumatera Barat (PDG48). *CAUSALITA: Journal of Psychology*, 2(2), 274–280. <https://doi.org/10.62260/causalita.v2i2.306>
- Fasya, N. Q. (2023). *Pengaruh Fanatisme K-Pop Idol Group Blackpink Terhadap Perilaku Imitasi Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar* [http://repository.unissula.ac.id/35153/1/Ilmu Komunikasi_32801700025_fullpdf.pdf](http://repository.unissula.ac.id/35153/1/Ilmu_Komunikasi_32801700025_fullpdf.pdf)
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif . *Prologia*, 4(2), 435-439.
- Gefanly Anno Damasta, & Damajanti Kusuma Dewi. (2020). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Fans JKT48 Di Surabaya. *Penelitian Psikologi*, 07(04), 13–18.
- Goddard, H. (2001). *Civil Religion*. New York: Cambridge University Press.
- Hikmah, F. N. S., & Nurwidawati, D. (2023). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa universitas negeri surabaya. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*. 10(03), 190-202.
- Hermadya Syahrudin, N., Irwansyah Idrus, I., & Torro, S. (2024). Gaya Hidup Komunitas Dance Cover Di Kota Makassar: Dampak Dari Korean Hallyu. *EKOMA: Jurnal Ekonomi*, 3(3). Retrieved From: [Https://Journal Nusantara.Com/Index.Php/EKOMA/Article/View/3119/2626](https://JournalNusantara.Com/Index.Php/EKOMA/Article/View/3119/2626)
- Imbir, A. J., Lesawengen, L., & Mumu, R. (2023). Gaya Hidup Konsumerisme Dalam Masyarakat Pesisir Pantai di Desa Marampit Kecamatan Nanusa Kabupaten Talaud. *Jurnal Ilmiah Society*, 3(3), 1–7.
- Juniawan, G., Hakim, P., & Simangunsong, G. A. (2025). *Pengaruh Musik J-Pop terhadap Mood dan Produktivitas Mahasiswa Saat Belajar*.
- Kartikasari, H., & Sudrajat, A. (2022). Makna Pembelian Album Fisik Bagi Penggemar Budaya Pop Korea. *Jurnal Analisa Sosiologi Juli, 2022*(2), 405–428.
- Martono, N. (2018). *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern dan Poskolonial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Meliala, Y. H., Islami, D. I., & Salsabila, N. Z. (2024). Pengaruh Parasosial Terhadap Loyalitas Fans dalam Komunitas Nctzen di DKI Jakarta. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 4, Issue 1). <https://Journal.Moestopo.Ac.Id/Index.Php/Cyberpr> R
- Michelle Apolo, M. K. (2023). Pengaruh Fear of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir pada Produk Merchandise KPOP. Meike Kurniawati *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3, 3847–3858. [https://J Innovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/View/6424/4720](https://JInnovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/View/6424/4720)
- Mulyana, D. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muthmainah Mulya, S. N., & Tomohardjo, I. S. (2020). Pengalaman Pembentukan Konsep Diri Penggemar dalam Mengikuti Kegiatan "Idol You Can Meet" di Theater JKT 48 Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(2), 152-169.
- Natio, S. I., & Paramita, S. (2020). Peran Public Relations Industri Musik dalam

- Membangun Reputasi (Analisis Terhadap DX Entertainment JKT48). *Prologia*, 4(2), 324-331.
- Noviani, A. (2023). *Fanatisme Penggemar K-Pop*. 1–113.
- Pasaribu, E. (2023). *Fenomena Overpending di Kalangan Penggemar JKT48 pada Platform Belanja Online*. 53(1), 1–19. <https://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>
- Ramadhan, D. A. (2024). *Fanatisme Fandom Love Live! Series Dalam Komunitas Love Live! Nakama Jogjakarta*. 34.
- Salsabila, Queen, L. D. N. F. (2022). Analisis Konsumerisme Pasif Para Penggemar Fanatik Idol group BTS di Kediri dalam Pembelian Merchandise. *LoroNG: Media Pengkajian Sosial Budaya*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.18860/lorong.v11i1.2106>
- Sari, D. (2025). Fanatisme dan Impulsive Buying Pembelian Merchandise pada Penggemar K-Pop NCT. *Jiwa: Journal Psikologi Indonesia*, 3(03), 149–156.
- Simalango, W. (2020). pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar kpop. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Soelistiyono, K. A. I. (2024). *Analisis Perilaku Konsumtif Penggemar Idol K-POP SEVENTEEN dan TREASURE dalam Pembelian Merchandise*. 1–152. [dspace.uin.ac.id/123456789/50666](https://space.uin.ac.id/123456789/50666)
- Stefani, D. H. L. (2025). Budaya Populer dan Konsumerisme: Studi Netnografi terhadap Perilaku Konsumtif Fandom ENGINE dalam Pembelian Merchandise. *Populika*, 13(1), 78–95. <https://doi.org/10.37631/populika.v13i1.1863>
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225, 87
- Tanliana, D., & Utami, L. S. (2022). Perilaku Konsumtif Penggemar Korean Wave di Twitter (Studi Tentang Fenomena Koleksi Photocard K-Pop). *Koneksi*, 6(1), 184-190.
- Thorne, S., & Bruner, G. C. (2006). An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9(1), 51-72.
- Ulan Purnamasari, Aulia, Y., & Marsella Marsella. (2024). Kerjasama Bilateral Indonesia-Jepang Melalui Program The Japan Foundation. *Demokrasi: Jurnal Riset Ilmu Hukum, Sosial Dan Politik*, 2(1), 188–201. <https://doi.org/10.18860/lorong.v11i1.2106>
- Widiatusti, A., dkk. (2022). Customer Experience, Service Quality dan Brand Image Yang Mempengaruhi Kepuasan Peserta Pelatihan Business Wisdom Institute (BWI) Di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 3(2), 121-135.
- Yazid Mulangjoyo, Mufti, and Mustaqim Setyo Ariyanto. 2024. “Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Penggemar Manga One Piece.” *Jurnal Riset Ilmiah* 3(3):1360–68.
- Yolanda, W., & Primanita, R. Y. (2023). Kontribusi Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Nctzen Indonesia. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(2), 877-885.

- Yuliawan, Bonowati Azelia Putri, and Ganjar Eka Subakti. 2022. "Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam." *Jurnal Penelitian Keislaman* 18(01):35–48. doi: <https://doi.org/10.20414/jpk.v18i1.5195>. Rabbani, R. D. (2024). *Hubungan antara Celebrity Worship dengan Perilaku Konsumtif pada Komunitas Fans JKT48 Zeemotion The Relationship Between Celebrity Worship and Consumptive Behavior in the JKT48 Fans Community Zeemotion*. 11(01), 428–439.



Intelligentia - Dignitas