

DAFTAR PUSTAKA

- Asbari, M. (2023). Scope of e-Business & e-Commerce to Business and Modern Life. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(1), 33–38.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- 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>
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Barus, R. (2019). *Jadi Gaya Hidup: Benarkah Fans K-Pop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/amp/danti/jadi-gaya-hidup-benarkahfans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota>
- Darfiyanti, D., & Putra, M. (2012). Pemujaan terhadap idola pop sebagai dasar intimate relationship pada dewasa awal: sebuah studi kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 1(2), 53–60.
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Ekonomologi : Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Galuh Ciamis*, 5(1), 1–6. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi>
- Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. (2023). *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Deepublish (CV BUDI UTAMA).
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial Counseling and Planning*, 4(1), 67–84.
- Felicia, F., Elvinawaty, R., & Hartini, S. (2014). Kecenderungan Pembelian Kompulsif: Peran Perfeksionisme dan Gaya Hidup Hedonistik. *Psikologia: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 9(3).
- Griffith, J., Aruguete, M., Edman, J., Green, T., & McCutcheon, L. (2013). The temporal stability of the tendency to worship celebrities. *SAGE Open*, 3(2), 2158244013494221.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). Consumer Behavior: Building impulse formation and enactment. *Psychology and Marketing*, 17(11), 955–982.
- Iin Driana, H., & Indrawati, A. (2021). Pengaruh celebrity worship, gaya hidup hedonis, dan kecanduan internet terhadap pembelian kompulsif merchandise band day6 pada online shop Uriharu Id. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(5), 452–469. <https://doi.org/10.17977/um066v1i52021p452-469>
- Irvani, S. P., Mahmudi, I., & Triningtyas, D. A. (2022). Pengaruh Celebrity Worship Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Compulsive Buying Mahasiswa Penggemar K-Pop. *Prosiding SNBK (Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling)*, 6(1), 36–45.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : PT Indeks.

- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.12.014>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.07.004>
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology, 10*(1), 17–32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D., & McCutcheon, L. E. (2002). Thou shalt worship no other gods—unless they are celebrities: the relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and Individual Differences, 32*(7), 1157–1172.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology, 93*(1), 67–87.
- Mulyadi. (2020). *Pengantar Manajemen*. Banyumas : CV. Pena Persada.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja di kota Malang. *Seminar Psikologi & Kemanusiaan, 1998*, 978–979.
- Nurhalimah, L. (2022). *Pengaruh CelebrityWorship dan Kecanduan Internet Terhadap Pembelian Kompulsif (Studi Pada Pembelian Merchandise Idola K-Pop Fans BTS di Kuningan)*. Universitas Galuh Ciamis.
- Nurvitria, A. L. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Jurusan Ppb 2013 Fip Uny. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*.
- Parera, A. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen* (R. A. Kusumaningtyas (ed.)). Jakarta Timur : PT BUMI AKSARA.
- 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. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/psikologi/article/view/19416>
- Putri, N. K. D. J., Dewi, A. Y., Angela, N. A. T., & Hardika, I. R. (2019). Gaya Hidup Hedonisme Remaja di Kawasan Legian, Kabupaten Badung. *Jurnal Psikologi MANDALA, 3*(1).
- Putri, N. K. D. J., Dewi, A. Y., Angela, N. A. T., & I Rai Hardika. (2020). Gaya Hidup Hedonisme Remaja di Kawasan Legian, Kabupaten Badung. *Jurnal Psikologi ..., 3*(1), 29–52.
- Rahyuni, O. (2021). *Pengaruh Celebrity Worship, Self Esteem Dan Kecanduan Internet Terhadap Compulsive Buying (Studi Pada Pembelian Merchandise Idola K-Pop Fans BTS Di Kebumen)*. Universitas Putra Bangsa.
- Redmond, S. (2016). The passion plays of celebrity culture. *European Journal of*

- Cultural Studies*, 19(3), 234–249.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluck, C. S. (2012). Celebrity worship, materialism, compulsive buying, and the empty self. *Psychology & Marketing*, 29(9), 674–679.
- Riyoko, S. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta : CV Markumi.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Saputri, A., & Rachmatan, R. (2017). Religiusitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme: Sebuah Gambaran Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 59. <https://doi.org/10.24014/jp.v12i2.3230>
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.)). Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- SEKAR, L. L. (2021). *HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI TERHADAP PRODUK FASHION*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- SETIAWAN, Y. (2016). *Perilaku Konsumtif Penggemar Grup Idola JKT48 Dalam Fanbase WANI (Studi Kasus terhadap Enam Anggota Fanbase WANI)*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Sofwan, A., & Sumaryanti, I. U. (2022). Pengaruh Celebrity Worship terhadap Compulsive Buying pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 269–276.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, Hidayah, N., Sabtohadhi, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*. Padang : PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Weinstein, A., Maraz, A., Griffiths, M. D., Lejoyeux, M., & Demetrovics, Z. (2016). Compulsive buying—features and characteristics of addiction. In *Neuropathology of drug addictions and substance misuse* (pp. 993–1007). Elsevier.
- WINIARDANI, D. V. D. (2023). *PENGARUH CELEBRITY WORSHIP TERHADAP PERILAKU COMPULSIVE BUYING PADA KPOBERS DEWASA AWAL*. Universitas Mercu Buana Bekasi.