

DAFTAR PUSTAKA

- Aftino, D. H., Kencana, A. N., Khoirunnissa, A., Junaedi, A. N., Azahra, D. D. C., & Ediyono, S. (2024). Pengaruh Korean Wave terhadap identitas nasional di kalangan remaja Indonesia. *Tomalebbi: Jurnal Pemikiran, Penelitian Hukum, Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 11(1), 17–24.
- Ajzen, I. (2011). *The Theory of Planned Behavior*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Andadini, T. A. S., & Darmawanti, I. (2023). Perilaku konsumtif ditinjau dari celebrity worship syndrome pada komunitas NCTZEN dewasa awal. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2), 268-286.
- Anitasyah, S. (2022). PENGARUH KONFORMITAS *MERCHANDISE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA FANDOM K-POP (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- 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*, 1(1), 75-84.
- Ar, A. N. S., & Satriawan, P. I. (2018). Faktor-faktor demografi yang berdampak terhadap kepatuhan WP badan (UMKM) di kota Palembang. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 2(2), 101-115.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85-94.
- Auli, F. Y. (2024). Konsumerisme pada penggemar K-Pop di era ekonomi digital berbasis autobase Twitter. *JDPS: Jurnal Diskursus Pendidikan Sosiologi*, 5(1), 22–43.
- Aulia, D., Miftahuddin, M., Istiqomah, I., Zatrachadi, M. F., & Darmawati, D. (2022). Pengaruh fanatisme korean pop terhadap perilaku imitasi Remaja (studi komunitas purple army pekanbaru). *Jurnal Administrasi Pendidikan & Konseling Pendidikan: JAPKP*, 3(1).
- Azizah, I. N., Arum, P. R., & Wasono, R. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. In *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS (Vol. 4)*.
- Badan Pusat Statistika Kabupaten Cirebon. (2024). *Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kabupaten Cirebon 2022*. Diakses pada 5 April 2025, dari <https://cirebonkab.bps.go.id/id/statistics-table/1/NTMwIzE=/luas-wilayah-menurut-kecamatan-di-kabupaten-cirebon--2022.html>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon. (2022). *Jumlah Desa/Kelurahan Menurut Kecamatan, 2021*. Diakses pada 5 April 2025, dari

<https://cirebonkab.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjcjMg==/jumlah-desa-kelurahan-menurut-kecamatan.html>

- Bahri, N. A., Khairunnisa, W., Dwihatmoko, M. Z., & Gumelar, T. M. (2022). Studi Komparasi Kepatuhan Membayar Pajak Bumi dan Bangunan Antara Kecamatan Ciambar dan Kecamatan Nagrak Dalam Perspektif Theory of Planned Behavior. *Sanskara Akuntansi dan Keuangan*, 1(01), 34-43.
- Brestilliani, L. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(2), 3.
- Chandra, E. V. (2022). The influence of fanaticism and consumptive behavior towards financial literacy in k-pop fans: A study in an entrepreneurship-based university. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 11(2), 89-100.
- Chrestella, A., Elisse, F., & Janitra, F. (2018). Ilustrasi merchandise memanfaatkan fenomena K-Pop di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual*, 1(2).
- Darmawan, A. D. (2025). Data BPS 2024, 23,77% Penduduk Kabupaten Cirebon Masih Anak-Anak. Diakses pada 5 April 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/010df142315e632/data-bps-2024-23-77-penduduk-kabupaten-cirebon-masih-anak-anak#:~:text=Jumlah%20penduduk%20di%20Kabupaten%20Cirebon%20tercatat%20,juta%20jiwa%20data%20per%202024>
- Dinar, M., & Hasan, M. (2018). Pengantar ekonomi: Teori dan aplikasi. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- El Madaniya, N. (2024). PERILAKU KONSUMTIF K-POP FANS BERDASARKAN TEORI KONSUMSI AL GHAZALI. *Jurnal Istiqro*, 10(2), 107-120.
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal penelitian psikologi*, 3(1), 59-72.
- Fahmi, S. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Daya Tarik Produk terhadap Minat Konsumen untuk Membeli Sepeda Listrik. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 6(1), 92-101.
- Fauziyah, S. A., & Nurhayati, S. R. (2023). Pengaruh Fanatisme terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar Boyband NCT. *Jurnal Psikologi Insight*, 7(2), 125-140.
- Febrianty, D. A. P., & Saleh, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Multidisiplin Borobudur*, 1(2), 1-9.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, A., & Ali, M. (2021). Hubungan fanatisme suporter sepakbola terhadap agresi Gubernur cup di Provinsi Jambi. *Jurnal Pion*, 1(1), 34-43.

- Handoko, F. A., Rahaju, S., & Siaputra, I. B. (2024). Fanatisme penggemar K-pop Indonesia: Identitas fandom, tipe kepribadian, dan pemujaan selebritas pada penggemar K-pop. *Jurnal Psikologi Ulayat*.
- Harris, S., Aditya, A. M., & Thalib, T. (2024). Analisis Persepsi Harga dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Karakter*, 4(1), 323-329.
- Hidayat, F., & Riofita, H. (2024). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4196-4201.
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Semarang. *Jurnal Empati*, 11(1), 56-60.
- Indahsari, L. N., & Roni, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kedai kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*, 51-60.
- Ismail, A. R. N., Noviantati, K., Syahril, S., & Fikri, A. R. (2021). Investasi Digital Sebagai Solusi Mengurangi Perilaku Konsumtif Milenial Masa Pandemi Covid-19. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(2), 125-136.
- Kim, Y. (2022). *Indonesia negara yang paling ramai membicarakan K-pop di Twitter 2021*. Diakses pada 31 Oktober 2024, dari https://blog.x.com/in_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-k-pop-di-twitter
- Kurniawan, M. Z. (2023). Peran Literasi Keuangan, Harga, Dan Promosi Penjualan Pada Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 8(1), 151-162.
- Layaman, L., Khairunnisa, H., & Rohayati, R. (2022). Pengaruh E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 61-73.
- Lestari, L. D., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh fenomena harbolnas (hari belanja online nasional) pada e-commerce shopee melalui diskon dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1482-1491.
- Lolonto, C. D. C., Isa, R. A., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Merchandise Kpop (Studi Pada Penggemar Kpop Di Kota Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 216-223.
- Maharani, F., & Astuti, S. W. (2024). Pola Komunikasi Virtual Dalam Aksi Boycott Idol K-pop: Studi Netnografi pada hastag NCT X Starbuck di media sosial X. *JURNAL SOCIAL LIBRARY*, 4(2), 360-364.
- Manurani, H. P. I., & Isa, M. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Intervening. *YUME: Journal of Management*, 7(2), 1153-1167.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari

- muda [*canarium indicum* L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Marwati, A. R., Rivan, M. W., & Diwangkara, R. (2024). STUDI ETNOGRAFI PERILAKU KONSUMTIF FANDOM NCT PADA PEMBELIAN ALBUM DAN MERCHANDISE K-POP. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(2), 467-490.
- Mu'afiqoh, B. A., & Mariyati, L. I. (2024). Description of Self-Control, Fanaticism and Verbal Aggressive Behavior Among K-pop Fans on Twitter. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 13(2), 174-183.
- Novita, M. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Daya Tarik Produk terhadap Pembelian Pupuk Organik Cair Ajifol di Jawa Timur. *Agridevina: Berkala Ilmiah Agribisnis*, 13(1), 89-99.
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. E. (2022). Pengaruh fanatisme dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-pop (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup K-POP SVT di DKI Jakarta). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449-460.
- Nurkhasanah, U. (2021). Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen, Produk, Harga dan Promosi Melalui Situs Belanja Online (Shopee) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STAINIM Sidoarjo. *Ico Edusha*, 2(1), 475-485.
- Nuryuliani, Y., Mubina, N., & Pratomo, R. Y. (2024). Perilaku Konsumtif Pada Penggemar Boy Group EXO Di Karawang Ditinjau Dari Celebrity Worship. *JURNAL PENELITIAN PENDIDIKAN, PSIKOLOGI DAN KESEHATAN (J-P3K)*, 5(3), 690-699.
- Pramasti, D. K. Z., & Khairussalam. (2024). Pengaruh Pembelian *Merchandise* NCT Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FISIP ULM. *Huma: Jurnal Sosiologi*. 3(4), 415-426.
- Portal Pemerintah Kabupaten Cirebon. (2022). Geografis. Diakses pada 4 April 2025, dari <http://103.212.211.243/>
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). Metode penelitian kuantitatif. *Pascal Books*.
- Putri, K. D. A., & Paryontri, R. A. (2024). An Overview of K-Pop Lovers' Self-Control in Purchasing K-Pop Merchandise. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 13(3), 409-416.
- Ranti, M. G., Budiarti, I., & Trisna, B. N. (2017). Pengaruh kemandirian belajar (self regulated learning) terhadap hasil belajar mahasiswa pada mata kuliah struktur aljabar. *Math Didactic: Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(1), 75-83.
- Riyanti. (2015). Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana di Kabupaten Sleman. *Ekonomika Dan Bisnis*, 5, 1-16.
- Robiaturrahmah. (2023). PENGARUH HARGA, DAYA TARIK MERCHANDISE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGEMAR K-POP DAN K-DRAMA (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah jakarta).

- Rucita, S. R. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMY. *Journal of Environmental Economics and Sustainability*, 1(1), 1-16.
- Salsabilla, R. (2023). *Miris! Remaja curi uang Rp559 juta demi merchandise K-Pop*. CNBC Indonesia. Diakses pada 17 Februari 2025, dari <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230309172820-33-420373/miris-remaja-curi-uang-rp559-juta-demi-merchandise-k-pop>
- Shafwa, A. F., & Sudrajat, A. (2023). Analisis Modernisasi Budaya K-Pop Terhadap Kehidupan Sosial Mahasiswa Kota Surabaya. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(2), 184-191.
- Siregar, R., Nasution, H. F., & Nasution, J. (2024). Pengaruh e-commerce, harga dan ease of use terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Syahada Padangsidimpuan. *PROFJES: Profetik Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Sofiana, I. I., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif membeli kosmetik pada mahasiswi jurusan manajemen fakultas ekonomika dan bisnis Universitas X Semarang. *Jurnal Empati*, 9(1), 58-64.
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada grabfood (studi wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
- Susanti, E., & Kusuma, R. (2021). Daya Tarik Produk dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pada Sektor Pertanian. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran Pertanian*, 9(4), 310-325.
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134-140.
- Taufan, M., & Azhari, M. Z. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal (Studi Pada Supporter Persib Bandung). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 202-208.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management. Mewujudkan Layanan Prima. Andi Offset*.
- Vivi Silvia, S. E. (2020). *Statistika Deskriptif. Penerbit Andi*.
- Wardana, G., Salsabilla, I., & Simanjorang, F. (2023). JEJAK EKONOMI KONSER K-POP (NCT DREAM TOUR” THE DREAM SHOW 2: JAKARTA”) DALAM MENGHASILKAN PENDAPATAN NASIONAL. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(3), 81-90.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). Uji persyaratan analisis.
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2018). Pengaruh harga, citra merek dan kualitas terhadap minat beli produk private label. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 87-96.

- Wiwoho, H. N. P., Mari'a, D. H., & Hanifah, N. (2024). Fenomena K-Pop di Indonesia Serta Implikasinya Terhadap Penguatan Rasa Cinta Tanah Air Gen-Z. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(5), 212-220.
- Yudiawan, M. Y., & Asmanih, A. (2022). Pengaruh daya tarik dan promosi terhadap minat beli konsumen. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 815-823.
- Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh fenomena korean wave (k-pop dan k-drama) terhadap perilaku konsumtif penggemar perspektif islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(1), 35-48.
- Zulkarnain, Z. (2020). Pengaruh Fanatisme Keagamaan Terhadap Perilaku Sosial. *Kontekstualita*, 35(01), 25-38.

