

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, A. M., & Rachmawati, I. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Promosi Penjualan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Kopi Kenangan. *eProceedings of Management*, 10(5).
- Adiyuniarsih, F. T., Rusandi, D. S., & Dewi, A. S. (2023). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (IMPULSE BUYING) BELANJA ONLINE SHOPEE MAHASISWA UKM PSM UMI KULSUM. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(6), 20-30.
- Amelia, C. P. (2022, Mei 20). *Fanatisme Penggemar K-Pop di Media Sosial* . Retrieved oktober 19, 2023, from news.detik: <https://news.detik.com/kolom/d-6086053/fanatisme-penggemar-k-pop-di-media-sosial>
- Andriani, L. A., & Harti, H. (2021). Pengaruh emosi positif, potongan harga, dan kualitas website terhadap impulsive buying. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Anggraeni, D. (2021). Tren Usaha Merchandise K-pop: Photocard Decoration. *In Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*.
- Aprillita, D., & Perkasa, D. H. (2021). PENGARUH PANDEMIK COVID-19 TERHADAP DAYA BELI MASYARAKAT UNTUK SEKTOR ONLINE RETAIL. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 14-19.
- Aryanti, A., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Konformitas Melalui Kepercayaan Pelanggan Terhadap Perilaku ImpulseBuying (Studi Pada Generasi Z Pengguna Platform Online Food Delivery Gofood Di Surabaya). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 693-703.
- Asriningati, M., & Wijaksana, T. I. (2019). Pengaruh shopping lifestyle dan online store beliefs terhadap impulse buying pada lazada. co. id. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 9-18.
- Aurellia, D. P. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Shopping Emotion Pleasure. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 2(1), 57-79.
- Bebe, J. [@neonprizm]. (2024, February 4). Feeling the void in our fandom with members enlisted? i've created a HUGE survey to bridge the gap between us. let's get a cleare picture of our current fandom: [Tweet]. <https://x.com/neonprizm/status/1754120989313478903>

- Dee. (2023, Agustus 8). *Retweet: Semua yang Harus Anda Ketahui Tentang Fitur Twitter In*. Retrieved Februari 20, 2024, from tweeteraser: https://www.tweeteraser.com/id/resources/retweet-everything-you-must-know-about-this-twitter-feature/#Retweet_Meaning_The_Story_Behind_the_Name_of_This_Feature
- Devi, N. W., & Jatra, I. M. (2020). Positive Emotion Memediasi Sales Promotion Dan Store Environment Terhadap Impulse Buying. *E-Jurnal Manajemen*.
- Fany, Rauf, D. B., & Dianrama, L. (2022, februari 10). *Ekonomi fans K-pop: keterikatan emosional, dukungan tanpa henti, dan konsumsi berlebihan*. Retrieved oktober 19, 2023, from tfr.news: <https://tfr.news/articles/2022/2/10/ekonomi-fans-k-pop-keterikatan-emosional-dukkungan-tanpa-henti-dan-konsumsi-berlebihan>
- Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying pada konsumen hijab butik rabbani jombang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(2), 53-62.
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2019). *Regresi Linear: Tutorial SPSS Lengkap*.
- Hardiansyah, Z. (2023, juli 4). *Arti Kata QRT, Singkatan yang Sering Dipakai di Twitter*. Retrieved februari 20, 2024, from tekno.kompas: https://tekno.kompas.com/read/2023/07/03/16150017/arti-kata-qrt-singkatan-yang-sering-dipakai-di-twitter#google_vignette
- Haryanto, M. M. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Duta Media Publishing .
- Hernawan. (2022, januari 28). *Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di 2021, Indonesia Peringkat Berapa?* Retrieved oktober 13, 2023, from yoursay.suara: <https://yoursay.suara.com/entertainment/2022/01/28/131318/negara-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-2021-indonesia-peringkat-berapa>
- Iftitah, N., Hidajat, W., & Widiartanto, W. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Promotion terhadap Impulse Buying pada Konsumen Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 582-592.
- Kartiko, C. (2022, Januari 28). *20 Idol K-Pop yang Paling Banyak Dibicarakan di Twitter pada Tahun 2021*. Retrieved oktober 13, 2023, from yoursay.suara:

<https://yoursay.suara.com/entertainment/2022/01/28/095304/20-idol-k-pop-yang-paling-banyak-dibicarakan-di-twitter-pada-tahun-2021>

- Korea. [@XKorea]. (2022, January 26). Artis K-POP Paling Banyak Disebut di Seluruh Dunia Tahun 2021: [Tweet]. <https://x.com/XKorea/status/1486188738342383617>
- Korea. [@XKorea]. (2022, January 26). Negara dengan penggemar K-POP terbanyak di tahun 2021: [Tweet]. <https://x.com/XKorea/status/1486189816404332545>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Leni Rofatul Iliah, M. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulsive buying Secara Online Pada Masyarakat Kabupaten Kediri. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(3), 209-224.
- Malia, R., & Andarini, S. (2023). THE EFFECT OF THE BTS AS A BRAND AMBASSADOR AND SALES PROMOTION ON THE IMPULSE BUYING OF TOKOPEDIA CUSTOMERS ALL OVER INDONESIA IN THE TOKOPEDIA X BTS 12TH ANNIVERSARY EDITION EVENT. *URNAL TERAPAN MANAJEMEN DAN BISNIS*, 9(2), 104-117.
- Mardiastuti, A. (2022, Agustus 25). *Mengenal Rumus Slovin, Kapan Digunakan dan Contoh Soal*. Retrieved Desember 3, 2023, from detik: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6253944/mengenal-rumus-slovin-kapan-digunakan-dan-contoh-soal>
- Maskur, A. (2023). PENGARUH SALES PROMOTION, HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA SITUS BELANJA ONLINE (STUDI TERHADAP PENGGUNA TOKOPEDIA DI KOTA SEMARANG). *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 7(2).
- Monica, M. D., Nugrahawati, E. N., & Dwarawati, D. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle terhadap Online Impulsive Buying pada Mahasiswa Universitas Islam Bandung. *Prosiding Psikologi*, 6(2), 847-851.
- Mukaromah, M., Zulva, T. N., Malida, O. N., & Oktafia, Y. (2021). Analisis Psikopatologi Kecenderungan Impulsive Buying pada Salah Satu Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 12(02), 117-124.
- Nugraha, J. P. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Nurhuda, M. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Promotion, dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Super Indo Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2), 4-5.

- Pahlevi, R. (2022, July 26). *Banyak Warga RI Mulai Kena "Demam Korea" pada Awal Pandemi*. Retrieved September 23, 2023, from databoks.katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/banyak-warga-ri-mulai-kena-demam-korea-pada-awal-pandemi>
- Pradana, A. A. (2018). Analisis pengaruh potongan harga, paket bonus, pajangan dalam toko dan suasana toko terhadap perilaku impulsive buying pada pelanggan minimarket Indomaret hybrid di Kota Semarang. *JEMAP : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan*.
- Pranggabayu, B., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Store Atmsophere Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Pengunjung Miniso Tunjungan Plaza). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1 (6), 951–966.
- Prawiro, M. (2020, Oktober 9). *Pengertian Pemasaran: Ruang Lingkup, Fungsi, Tugas, Dan Jenis-Jenisnya*. Retrieved April 5, 2024, from maxmanroe : <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-pemasaran.html>
- Puspitasari, D., Argiati, S. H., & Putrianti, F. G. (2022). Impulsive buying ditinjau dari kontrol diri pada mahasiswi penggemar k-pop di Yogyakarta. *Journal of Psychology Students*, 1(2), 104-112.
- Rahma, W. S. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap E-Impulse Buying Mahasiswi Universitas Negeri Padang pada Lazada. co. id. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(1), 277-278.
- Rezkisari, I. (2022, Mei 14). *Psikolog Ungkap Alasan Remaja Sukai Idola K-pop Saat Pandemi*. Retrieved oktober 17, 2023, from ameera.republika: <https://ameera.republika.co.id/berita/rbuydz328/psikolog-ungkap-alasan-remaja-sukai-idola-kpop-saat-pandemi>
- sampoernauniversity. (2022, May 23). *Apa itu Populasi dan Sampel dalam Penelitian? Yuk Cari Tahu*. Retrieved December 3, 2023, from sampoernauniversity: <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/populasi-dan-sampel/>
- Saputri, N. W., & Kusuma, M. (2020). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING (Survei Pada Konsumen Toko Mayola Shop Mega Mall Kota Bengkulu). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(2), 240-249.
- Sarajwati, M. K. (2020, september 30). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Retrieved oktober 13, 2023, from egsa.geo.ugm: <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>

- Sari, N. Y., & Hermawati, S. (2020). The effect of shopping lifestyle, hedonic shopping motivation, and sales promotion on impulse buying behavior in e-commerce (case study of berrybenka consumer). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(1), 45-54.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Sofia-Sayson. (2023, January 10). *www.allkpop.com*. Retrieved from <https://www.allkpop.com/article/2023/01/monsta-xs-reason-tops-itunes-charts-in-various-countries-after-release>
- Starship. (n.d.). *starship-square.com*. Retrieved Oktober 15, 2023, from <https://starship-square.com/shop/shopbrand.html?xcode=002&mcode=009&type=Y>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (ed. kedua)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. &. (2022). *Perilaku konsume*. Yogyakarta: EUREKA MEDIA AKSARA .
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi dan*. Jakarta: Center of Academics Publishing service.
- Tara. (2021, September 7). *Wajib Tahu! 15 Nama-Nama Fandom KPop Ini Bermakna Menyentuh*. Retrieved September 15, 2023, from khub.istyle.id: <https://khub.istyle.id/article/15074-nama-nama-fandom-kpop/>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tuzzahra, M. N., & Tirtayasa, S. (2020). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Zalora di Kota Medan. *Jurnal SALMAN (Sosial Dan Manajemen)*, 1(3), 19-30.
- Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Impulsive buying Produk Fashion. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 33-40.
- Utami, F., & Liska, M. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Harga Diskon Terhadap Impulsive Buying Melalui Media Tiktok Shop Pada Generasi Z Dan Milenial Di Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6215-6223.
- Wahyuni, R. S., & Setyawat, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying

- Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144-154.
- Wangi, L. P., & Andarini, S. (2021). PENGARUH FLASH SALE DAN CASHBACK TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING PADA PENGGUNA SHOPEE. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Wijjaya, E., & Oktarina, Y. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying pada Hodshop Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 10-22.
- wikipedia. (n.d.). *Gelombang Korea* . Retrieved September 20, 2023, from wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Gelombang_Korea
- wikipedia. (n.d.). *Monsta X*. Retrieved September 20, 2023, from wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Monsta_X
- Wirasukessa, K., & Sanica, i. G. (2023). Fear of missing out Dan hedonisme Pada Perilaku Konsumtif millennials: Peran mediasi subjective norm dan attitude. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 156-175.
- Wsk, G. (2024, February 6). *wikielektronika.com*. Retrieved February 12, 2024, from https://wikielektronika.com/uji-asumsi-klasik/#Pengertian_Uji_Asumsi_Klasik
- Yuniarti, Y., Tan, M. I., Siregar, A. P., & Amri, A. I. (2021). Faktor yang mempengaruhi impulse buying konsumen saat moment hari belanja online nasional (harbolnas). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 153-159.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.
- Zayusman, F., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 360-368.