

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2021). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap impulsive buying pada mahasiswi pengguna e-commerce shopee. In *Psychommunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul*, 1 (1).
- Aprianur, R. (2020). Hubungan keterlibatan fashion dengan pembelian Impulsif produk fashion pada dewasa awal. *Psikoborneo*, 8 (2).
- Aprilia, E. D. (2018). Impulse buying pada mahasiswa di Banda Aceh. *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi*, 2(2), 170 - 183.
- Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). Fanatisme dan perilaku konsumtif pada komunitas penggemar k-pop di Karawang. *Empowerment*, 1 (1).
- Arifin, Z., & Retnawati, H. (2015). Analisis instrumen pengukur higher order thinking skills (hots) matematika siswa sma. *Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika*, 12 (1).
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2018). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2023). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: pustaka pelajar.
- Bagau, C. V., Wongkar, K. R., Sihur, N. D., Marsadu, O., & Maramis, J. B. (2022). Analysis of the effect of overconfidence, herding effect, self-monitoring in manado city. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1625 - 1634.
- Darwin, M., dkk. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*. Media Sains Indonesia:Bandung.
- Devita, C. (2015). Pengaruh self-monitoring terhadap impulse buying pada remaja perempuan dalam pembelian produk tas replika. *Parsimonia*, 2 (2).
- Ernayanti, N. M. D., & Marheni, A. (2019). Peran konformitas teman sebaya dan self-monitoring terhadap impulsive buying Pada remaja madya putri di denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(2), 226 - 236.

- Hakiki, K. M., Supraptiningsih, E., & Hamdan, S. R. (2018). Studi deskriptif impulse buying pada kosmetik di kalangan mahasiswi psikologi. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi: JPPP*, 7(2), 81-85.
- Harris, M. (2021). Era digital dan dampak perkembangan teknologi yang pesat. Diakses pada tanggal 20 November 2023, dari Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/perbedaan-kalender-masehi-dan-hijriah/>
- Ingarianti, T. M. (2020). Pengembangan alat ukur komitmen organisasi. *Jurnal Riset Aktual Psikologi*, 6 (1), 85 - 88.
- In'am, M. F., Suharyono., & Yulianto, E. (2016). Analisis faktor – factor yang berpengaruh terhadap pembelian impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 36 (1).
- Jaya, I. M. L. M, (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Jufrizen., & Sitorus, T. S. (2021). Pengaruh motivasi kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja dengan disiplin kerja sebagai variabel intervening. *Sintesa*, 1 (1).
- Lestari, P. (2014). Self-Monitoring. *Delta-Pi: Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika*. 3 (1).
- Monica, M. D., Nugrahawati, E. N., Dwarawati, D. (2020). Pengaruh shopping lifestyle terhadap online impulsive buying pada mahasiswa Universitas Islam Bandung. *Prosiding Psikologi*, 6 (02).
- Mukaromah, M. A., Zulva, T. N. I., 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.
- Nadya, F. (2023). Daftar negara penggemar K-pop terbanyak, Indonesia konsisten no 1. Diakses pada tanggal 20 November 2023, dari Prambors. <https://www.pramborsfm.com/lifestyle/konsisten-indonesia-masih-jadi-peringkat-pertama-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia/all>
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. E. (2022). Pengaruh Fanatisme dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise KPOP (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup KPOP SVT di DKI Jakarta). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449 - 460.

- Pahlevi. (2022). Potret aktivitas dan belanja penggemar hiburan Korea di Indonesia. [https://cdn1.katadata.co.id/template/template\\_kic/files/KIC\\_Laporan%20Survei%20Aktivitas%20Pecinta%20Hiburan%20Korea%20Selatan.pdf](https://cdn1.katadata.co.id/template/template_kic/files/KIC_Laporan%20Survei%20Aktivitas%20Pecinta%20Hiburan%20Korea%20Selatan.pdf)
- Pramono, G. V., & Wibowo, D. H. (2019). Hubungan Self Monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fesyen pada mahasiswi rantau. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 4(2), 103.
- Pratama, L. I. P., Mandang, J. H., & Kapahang, G. L. (2021). Self-Monitoring Pada Profesi Ojek Online Wanita. *PSIKOPEDIA*, 2(2).
- Priyatno, D. (2018). *Panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum*. Yogyakarta: Andi.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID*, 3 (2)
- Putri, N. L. T., Bakar, R. M., & Hamid, A.N. (2023). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar Kpop. *Peshum: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Humaniora*, 2 (5).
- Riyanti, A., & Atmaja, H. E. (2021). Analisis penggunaan aplikasi bpjstku mobile dalam upaya meningkatkan kemudahan masyarakat pekerja. *Kinerja*, 18 (1).
- Santoso, A. K., & Prasetyo, A. R. (2021). Hubungan self monitoring dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada siswa sma islam al azhar 14 semarang. *Jurnal Empati*, 9(6), 482 - 489.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development Edisi 13 Jilid II*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Snyder. M., & Gangsted. S. (2015). On the Nature of Self-Monitoring: Matters of Assessment, Matters of Validity. *Journal Of Personality and Social Psychology*, 51 (1).
- Sopini, P., Siregar, I. A., & Zebua, S. (2021). Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan impulse buying pada trona supermarket Jambi Townsquare (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas batanghari). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2 (6), 874-884. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.656>
- Sugiyono, (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian sumber daya manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The master book of spss*. Yogyakarta: Startup.
- Ulya, N. A., Noviekayati, I., & Ananta, A. (2022). Perilaku pembelian impulsif merchandise k-pop pada remaja wanita komunitas stay ditinjau dari gaya hidup. *Biopsikososial*, 6 (2).
- Veronica, M., & Paramita, S. (2019). Eksploitasi loyalitas penggemar dalam pembelian album k-pop. *Koneksi*, 2 (2), 433-440. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3920>.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. G. (2016). Individual differences in impulse buying tendency: feeling and no thinking. *European Journal Of Personality*, 71 – 83.
- Zahra, F. B., & Eryani, R. D. (2020). Hubungan antara self-monitoring dengan impulsive buying pada mahasiswa bandung. *Prosiding Psikologi*, 6 (2).
- Zulhaqqi, J., & Putra, Y. Y. (2019). Hubungan self-monitoring dengan perilaku seksual pada remaja yang berpacaran. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019 (2).

