

## DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C.L., & Burr, S. A. (2018). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33-44.
- Afandi, A., & Hartanti, S. (2022). *Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri*. 3(3).
- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24.
- Apidana, Y. hermawan, & Kolifah. (2022). Peran Self Control dalam Memediasi Pengaruh Hedonic Motives dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying. *Journal of Digital Business and Management*, 01(1).
- Apriliana Arinawati. (2018). Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Shopping Emotion* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Purchase Decision* sebagai Variabel Intervening. Skripsi: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- Ari Nugroho, Dian. (2019). *Pengantar Manajemen*. 1st ed. Malang.
- Averill, J.R. (2017). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychology Bull.* 80. 286-303.
- Baumeister, R.F., & Exline, J.J. (2021). Self-Control, Morality, and Human Strength. *Journal of Social and Clinical Psychology*, Vol. 14, No I, pp 29-42.
- Buchari Alma. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Destari, F., Indraningrat, K., & Putri, M. N. N. (2020). Impact of shopping emotion towards impulse buying in e-commerce platform. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 47–64.
- Diah, N. P. K., & Purnami, N. M. (2019). Peran Shopping Emotion dalam Memediasi Pengaruh Atmosfer Ritel dan Promosi Terhadap Impulsive Buying. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3873.
- Dong Sunhwa. (2021). Number of hallyu fans around the world surpasses 100 million. *The Korea times*. Diakses pada 3 Mei 2024, dari [https://www.koreatimes.co.kr/www/culture/2021/12/199\\_302463.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/culture/2021/12/199_302463.html).
- Engels, Roger, B., James. (2021). *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-6, Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fany, Divatasya, B., Lara. (2022). *Ekonomi fans K-pop: keterikatan emosional*,

- dukungan tanpa henti, dan konsumsi berlebihan. Tfr news. Diakses pada 3 Mei 2024, <https://tfr.news.articles/2022/10/2>.
- Fitri, S., Nurmadhani. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen*. 1st ed. edited by J. Simarmata: Yayasan kita menulis.
- Fumar, M., Setiadi, A., Harijanto, S., & Tan, C. (2023). The Influence of Fear of Missing Out (FoMO), Sales Promotion, and Emotional Motive Mediated Self Control on Impulsive Buying for Hypebeast Products. *Educational Journal of History and Humanities*, 6(3), 1363–1375.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M. N. Dan Rinaswita, R. (2017). *Teori-Teori Psikologi*. Malang: Ar-Ruz Media
- Good, M. C., & Hyman, M. R. (2020). ‘Fear of missing out’: antecedents and influence on purchase likelihood. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 28(3).
- Harahap, M. I., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2023). Analysis of the effect of Fear of Missing Out (FOMO) and the use of paylater application on impulse buying behavior (review of Maqashid Syariah). *Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 67–73.
- Hawkins, D.I., Mothersbaugh, D.L., and Best, R.J. (2010). *Cunsomer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: The McGraw-Hill Companies.
- J.W.T. Intelligence. (2012). *Fear Of Missing Out (FoMO)*. New York.
- Jauhari, M. (2017). Pengaruh Promosi, Diskon, Merek, Store Atmosphere, dan Shopping Emotion Terhadap Impulse Buying di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur*. PT Refika Aditama
- Kang, I., Cui, H., & Son, J. (2019). Conformity Consumption Behavior and FoMO. *Sustainability*, 11(17), 4734.
- Korean Sales. (2024). NCT Dream Sales Summary. Diakses pada 3 Mei 2024, [koreansalestwt.blogspot.com](http://koreansalestwt.blogspot.com).
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip, Armstrong, and Gary. (2014). *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Kurniawan, R. A. (2021). Pengaruh FOMO terhadap Impulsive Buying Behavior dengan Purchase Intention Sebagai Pemediasi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta.

- Kusumawardhani. (2019). K-pop Hidupkan Kembali Penjualan CD dan Album Fisik. *Republika*.
- Laros, Fleur, J., M., & Steenkamp, Jan, Benedict, E., M. 2017. Emotion in Consumer Behaviour: A Hierarchical Approach. *Journal of Business Research*, 58, pp. 1437-1445.
- Leba, E., Suhermin. (2018). Pengaruh atmosfer gerai dan promosi terhadap pembelian impulsif yang dimediasi emosi berbelanja, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 1, Januari 2015 4*, 1–17.
- Lemeshow, S., David, J. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Listiorini Ajeng Purvashti. (2023). 10 Penjualan Album Kpop Terlaris Circle Chart 2023. *Hobi Hepi*. Diakses pada 3 Mei 2024, <https://hobihepi.com>.
- Marhadi, Adinda, G., Nursanti, A., & Suyastri, C. (2022). The Effect of Shopping Emotion And Perceived Risk On Purchasing Decisions Through Impulsive Buying As An Intervening Variable In Shopee E-Commerce Consumers. *Journal of Management*, 12(2), 22482–22488.
- Meindieta, G., Sulistiya, D., Sari, N., Fahmy, Z., & Zikrinawati, K. (2023). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) dan Komunitas Teman Sebaya Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Kota Semarang (Studi Pada Konsumen Tiktok Shop). *Experimental Student Experiences*, 1(8), 687–695.
- Muruganantham, C., and S. R. Bhakat. (2016). A Review of Impulse Buying Behavior. India: *International Journal of marketing Studies*.
- Nisrina, D., Widodo, I. A., Larassari, I. B., & Rahmaji, F. (2020). Dampak Konsumerisme Budaya Korea (Kpop) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 78–88.
- Novyantari, N. P. W., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping dan Shopping Emotion Terhadap Impulsive Buying dengan Self Control pada Pengguna E-Commerce Tokopedia di Denpasar. *Jurnal Maneksi*, 13(1).
- Nurjanah, S., Sadiyah, A., & Gumilar, R. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kontrol Diri, dan FoMO Terhadap Pembelian Impulsif pada Generasi Milenial di Kampung Sawati Desa Cipondok Kabupaten Tasikmalaya. *Global Education Journal*, 1(3), 191–206.
- Nurul Triadanti Stella. (2019). Jadi gaya Hidup, Benarkah Fans Kpop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?. *IDN Times*. Diakses pada tanggal 3 Mei 2024, <https://idntimes.com/hype/entertainment>.

- Przybylski, A. K., Murayama, K., & DeHaan, C. R. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 1841-1848
- Puspitasari, D., & Chimiyah, jazilatul. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan FoMO terhadap Pembelian Impulsif pada Gen Z Pengguna ShopeePay Later. *Journal of Comprehensive Science*, 3(1).
- Ramdani, A. Z. L., Sulhaini, S., & Handayani, B. (2024). The Influence of Electronic Word of Mouth and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying with Fear of Missing Out as a Moderating Variable. *Path of Science*, 10(1), 3015–3024.
- Rozani, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. 8(1).
- Sabilah, A. C. (2022). Analisis Kontrol Diri dalam Perilaku Konsumen dan Aktivitas Media Penggemar NCT (NCTzen). Universitas Islam Indonesia.
- Sahri, V. B., & Sari, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prince Discount, Store Atmosphere Terhadap Pembelian Impulsif dengan Shopping Emotion sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Miniso Sunrise Mall Mojokerto. *Methodical Research Journal*, 2(3), 1–12.
- Santoso, I. H., Widyasari, S., Soliha, E. (2021). Fomsumerism: Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption dengan Memanfaatkan Fear of Missing Out Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*.
- Shim Sunah. (2023). S. Korea's exports of K-pop album hit record high of US\$ mln in 2022. Yonhap News Agency. Diakses Pada 3 Mei 2024, [S. Korea's exports of K-pop albums hit record high of US\\$233 mln in 2022 | Yonhap News Agency \(yna.co.kr\)](https://www.yna.co.kr).
- Sitoresmi. (2023, May 15). Fandom Adalah Komunitas Fans Berat, Pahami Makna dan Perannya di Dunia Hiburan. *Liputan 6*.
- Solomon., Michael, R., Gary, B., Askegaard, S. (2019). *Consumer Behavior: A European Perspective*. Fourth Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suhermin, Paramita. (2015). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonik terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(1).
- Suryani, I. (2023). Pengaruh Price Discount, Display Product, Store Atmosphere dan Shopping Emotion Terhadap Impulsive Buying (Studi Empiris Pada Pelanggan Alfamidi Super Rantepao). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 25718–25724

- Tirmizi, M. A. (2019). An Empirical Study of Consumer Impulse Buying Behavior in Local Markets. *Journal Of Scientific Research*, 28(4), 522– 532.
- Utami, O. R., & Rastini, N. M. (2019). Pengaruh variabel demografi, kualitas layanan, atmosfer toko pada Impulse Buying di Hypermart Mall, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 5, 2015: 1229-1237.
- Verplanken, Bas dan Astrid Herabadi, (2001). Individual differences in impulse buying tendency: feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15, S71-1.