

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, Kartika, 'Hubungan Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Kpopers (Penggemar K-Pop) Di Kota Pekanbaru', *Skripsi*, 2021
- Ananda, Marino, Nur Hadi, and Nanda Harda Pratama Meiji, 'Di Balik Perilaku Konsumtif NCTZEN Dalam Pembelian *Merchandise* NCT (Studi Kasus Komunitas NCTzen Malang)', *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1.9 (2021), 1011–26 <<https://doi.org/10.17977/um063v1i92021p1011-1026>>
- Andina, Anisa Nur, 'Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop', *Syntax Idea*, 8.5 (2019), 55
- Andriany, Dewi, and Mutia Arda, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Millennial', 2017, 428–32
- Arafat, S M Yasir, Sujita Kumar Kar, and Russell Kabir, 'Possible Controlling Measures of *Panic buying* During COVID-19', 2021, 2289–91
- Arassy, Bieke Fameyola, Nono Wibisono, and Wahyu Rafdinal, 'Niat Pembelian Digital Album K-Pop: Analisis Deskriptif Theory of Planned Behavior', *Irwns*, 12.Cd (2021), 1016–21
- Armayani, Reni Ria, Lisa Chintiya Tambunan, Ridha Maysaroh Siregar, Nurul Rafiqoh Lubis, and Alma Azahra, 'Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5.3 (2021), 8920–8928
- Cahyono, Anang Sugeng, 'Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia', 140–57
- Chua, Grace, Kum Fai Yuen, and Xueqin Wang, 'The Determinants of *Panic buying* during COVID-19', 2021
- Dalimunthe, Sri Fatimah, Sri Wahyuni Eka, and Amimah Oktarina, 'Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali', *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 1.2 (2022), 284–95
- Hanjani, Vania P, Amirudin Amirudin, and Eko Punto Purnomo, 'Korean Pop Sebagai Identitas Subkultur iKONIC', *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 3.1 (2019), 72 <https://doi.org/10.14710/endogami.3.1.72-84>

- Ira Setiawati, Agus Alwi Mashuri, 'Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online', *Journal of the Mining Institute of Japan*, 81.922 (2020), 235–36
- Kartikasari, Hesty, and Arief Sudrajat, 'Makna Pembelian Album Fisik Bagi Penggemar Budaya Pop Korea', *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11.3 (2022), 405–28 <<https://doi.org/10.20961/jas.v11i3.59242>>
- Kartika, V. C., 'Gaya Hidup Penggemar EXO Di Surabaya Terhadap Produk Merchandise Boyband EXO', 2018, 1–11 <http://repository.unair.ac.id/79401/>
- Khayati, Nur, Dinda Apriliyanti, Victoria Nastacia Sudiana, Aji Setiawan, and Didi Pramono, 'Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural', *Jurnal Sosialisasi*, 9 (2022), 113–21
- Khoirunnisa, Amanda, 'Hubungan Antara Konformitas Dengan Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar Kpop Di Kota Palembang', 2018 <https://repository.unsri.ac.id/4462/%0Ahttps://repository.unsri.ac.id/4462/1/RAMA_73201_04041181419031_0228037701_01_font_ref.pdf>
- Lee, Sue Jin, 'The Korean Wave: The Seoul of Asia', *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2.1 (2011), 85–93
- Loisa, Riris, Lusya Savitri, and Setyo Utami, 'Fanatisme Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram *Fanbase* Boyband iKON)', 133–40
- Martalia, Dinda, Gesy Lutfiah RO, and Sefia Elfara Maharani, 'Menjamurnya Pengaruh K-Pop Di Kancah International Dan Merk Global', *Jurnal Sosial-Politika*, 2.2 (2021), 85–98 <https://doi.org/10.54144/jsp.v2i2.36>
- Rohimah, Afifatur, and Lukman Hakim, 'Ekologi Media: Penguatan Ekuitas Industri Pariwisata Melalui Media Sosial Marketing', *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.1 (2021), 99–118 <<https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12010>>
- Sari, Anna Setya, 'Pengaruh Media Social Terhadap Mental Health Dan *Panic buying* Masyarakat', *Skripsi*, 4.1 (2023), 88–100
- Turwulandari, 'Pemanfaatan Media Sosial (Twitter) Sebagai Saranan Informasi Bagi Mahasiswa Di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya', *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*, 8.2 (2018), 56–60

Veronica, Maria, and Sinta Paramita, 'Eksplorasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album K-Pop', *Koneksi*, 2.2 (2019), 433
<https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3920>

Yuen, Kum Fai, Xueqin Wang, Fei Ma, and Kevin X. Li, 'The Psychological Causes of *Panic buying* Following a Health Crisis', *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17.10 (2020)
<<https://doi.org/10.3390/ijerph17103513>>

Yuliawan, Bonowati Azelia Putri, and Ganjar Eka Subakti, 'Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam', *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18.1 (2022), 35–48

Yusri, Baiq, Rahmi Kharismaputri, and Zaenudin Mansyur, 'Perilaku *Panic buying* Dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Fenomenologi Pada Konsumen Retail Jembatan Baru Se-Kota Mataram)', 10.2 (2021), 129–50
<<https://doi.org/10.1186/s40248-017-0101-8.2>>

Zukhrufillah, Irfani, 'Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif', *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1.2 (2018), 102