

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, D. (2003). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Kurnia Kalam Semesta.
- Admin Komunitas Sijeuni Kediri. (2024, September 24). Sejarah Komunitas Sijeuni Kediri [Komunikasi pribadi].
- Anisa. (2024, September 14). Admin Komunitas Sijeuni Kediri [Komunikasi pribadi].
- Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). Perilaku Penggemar Korean Wave di Twitter (Studi Tentang Fanatisme dan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar K-POP di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.36805/empowerment.v1i1.615>
- Astuti, R. P. F. (2019). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 3(2), Article 2.
- Ayuning, P. (2024, September 11). Anggota Komunitas Sijeuni Kediri [Komunikasi pribadi].
- Ayunita, T. P., & Andriani, F. (2018). Fanatisme Remaja Perempuan Penggemar Musik K-POP. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 2(01), Article 01. <https://doi.org/10.25008/pknk.v2i01.202>

- Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Basrowi, & Sukidin. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif: Perpektif*. Insan Cendekia.
- Bogdan, R. C., & Knop Biklen, S. (1982). *Qualitative Reseach for Eduication*. Allyn & Bacon.
- Dewi, H. S., & Komsiah, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Budaya Populer Fanatisme Korean Wave Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial dan Humaniora*, 8(2), Article 2.
- Dinda. (14 September 2024) Anggota Komunitas Sijeuni Kediri [Komunikasi pribadi].
- Dodi, L. (2015). *Metodologi penelitian: Science Methods, Metode Tradisional dan Natural Setting*. Pustaka Ilmu.
- Edgar, A., & Sedgwick, P. (1999). *Key Concept in Cultural Theory*. Routledge.
- 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), Article 1. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442>
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (KPopers) (Studi Pada Penggemar K-Pop Di Yogyakarta). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(3), Article 3.

- Fitriyadi, I., & Alam, G. (2020). Globalisasi Budaya Populer Indonesia (Musik Dangdut) di Kawasan Asia Tenggara. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.24198/padjir.v1i3.26196>
- Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. ARRuzz Media.
- Goddard. (2001). *Mencari Akar Fanatisme Ideologi, Agama Atau Pemikiran*. Ghalia Indonesia.
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar K-POP di Semarang. *Jurnal EMPATI*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.14710/empati.2022.33361>
- Hapsari, Hayuning Ratri. (2024). Mengenal 6 Sub-Unit NCT, NCT WISH Jadi yang Paling Akhir Debut. <https://yoursay.suara.com/>.
- I. A., K. (1981). *Islam and Revolution, Writings and Declaration of Imam Khomeini*, Terj. Hamid Aghar. Mizan Press.
- J. P., C. (2009). *Kamus Lengkap Bahasa Psikologi*. Raja Grafindo Persada.
- Koentjaraningrat. (1993). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2002). *Marketing Management Ed 13 Jilid 1*. Penerbit Erlangga.
- Kristanto, B. R. D., & Marta, R. F. (2019). Monetisasi dalam Strategi Komunikasi Lintas Budaya Bayu Skak Melalui Video Blog Youtube. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 3. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/415>

- Laily. (2024, September 14). Admin Komunitas Sijeuni Kediri [Komunikasi pribadi].
- Lestari, A. E., & Kusuma, R. S. (2023). Analisis Resepsi Pengguna Twitter Terhadap Fan War “Safa Space”. *Jurnal Audiens*, 4(3).
<https://journalaudiens.umsida.ac.id/index.php/ja/article/view/119>
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4), Article 4.
<https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1>
- Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of Human Communication. 7th edition*. Thomson Learning Academic Resource Center.
- Maharani, D., & Hidayat, T. (2020). Rasionalitas Muslim: Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), Article 3. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1374>
- Marimaa, K. (2011). *The Many Faces of Fanaticism*. Defence Precending.
- Meleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Remaja*. Remaja Rosdakarya.
- Miftahurrezki, & Anshori, M. S. (2021). Analisis Makna Pesan Motivasi dalam Lirik Lagu K-POP BTS Answer: Love Myself. *Journal of Communication Science Kaganga Komunika*, 3(1).
<https://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA/article/view/1061>

- Miranda, S., & Lubis, E. E. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(1), Article 1.
- Muhyiddin, N., Harahap, R., Yuliana, S., Andriana, I., Tarmizi, M., & Farhan, M. (2020). *Ekonomi Bisnis Menurut Perspektif Islam dan Konvensional*. <https://doi.org/10.52893/peneleh.2020.03.ntm.dkk>
- Muhyiddin, N. T. (2020). *Ekonomi Bisnis Menurut Perspektif Islam Dan Konvensional*. Telkom University.
- Mulyana, D. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nafiah, A. (2010). Hubungan Penguasaan Standar Kompetensi Menampilkan Perilaku yang Sesuai Nilai-Nilai Pancasila dengan Solidaritas Sosial pada Siswa Kelas VIII MTs Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2009/2010. *UNS*.
- 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), Article 1. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8085>
- Nurfadilah, F., & Maulida, I. S. R. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa terhadap Penggunaan ShopeePaylater Ditinjau dari Etika Konsumsi dalam Islam. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 3(1), 63–66. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1751>

- Purba, H., Utami, K., Aristi, S. M., & Soetandijo, V. J. (2023). Menganalisa Perkembangan Budaya Korea dan Pengaruhnya di Indonesia Melalui Perspektif Teori Komunikasi: Sesbuah tinjauan Literatur. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 4(1), 110–123. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.696>
- Qodriyah, L. (2019). *Impelementasi Hadis Tashabbuh Dalam Menanggapi Fenomena Fanatisme K- Poppers Di Indonesia* [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya]. <https://123dok.com/document/yr85ld8z-implementasi-tashabbuh-menanggapi-fenomena-fanatisme-poppers-indonesia-indeks.html>
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar K-POP dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13–23. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>
- Risman, K. (2022). *Fanatisme Mahasiswa Islam*. Rena Cipta Mandiri.
- Salsabila, S. (2023). Pengaruh K-pop terhadap Netizen di Media Sosial Instagram dan Tiktok dalam Perspektif Hadis tentang Akhlak | Gunung Djati Conference Series. 19. <https://www.conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/1201>
- Sakinah, R., Hasna, S., & Wahyuningsih, Y. (2022). Pengaruh Positif Fenomena K-Pop Terhadap Karakter Generasi Muda di Indonesia. *Journal on Education*, 5, 735–745. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i1.653>

- Schutz, A. (1967). *The Phenomenology Of The Social World*. Northwestern University Press.
- Seregina, A. (2011). Fanaticism—Its Development and Meanings in Consumers' Lives. *Aaito University School of Economic*, 1(1).
- Sri Yenti, N., Syamsir, Mairiza, N., Anggraini, N., Febriani, E., & Fadilla, P. (2022). Dampak Budaya Korea Pop (K-Pop) Terhadap Tingkat Motivasi Belajar Mahasiswa. *Jurnal, Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya: Universitas Negeri Padang*, 3(1).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartono. (2002b). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta.
- Tanliana, D., & Utami, L. (2022). Perilaku Konsumtif Penggemar Korean Wave di Twitter (Studi Tentang Fenomena Koleksi Photocard K-Pop). *Koneksi*, 6(1), 184. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15549>
- Wirawan, Y. R. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tuan Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi dan Perilaku Konsumsi Siswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan* 3(1). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jepk/article/view/751>
- Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-POP dan K-Drama) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(1), 35–48.

- Zakiyah Z, A., Rifqi, N., & Zaituni, R. A. (2022). Fenomena Pergeseran Nilai-Nilai Religius Mahasiswa PAI UIN Malang Akibat Korean Wave (K-POP dan K-Drama). *Muta'allim: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 18–41.
<https://doi.org/10.18860/mjpai.v1i1.1082>
- Zuyun. (2024, September 17). Anggota Komunitas Sijeuni Kediri [Komunikasi pribadi].