

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Ratri Fitria, Fionna C. A. Uguy, Zefanya Veronica Sinaga, A. F. (2023). Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Yang Gemar Korean Hallyu. *Parade Riset Mahasiswa*, 81–94
- Afifah, N., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. *Journal of Management*, 5, 365–375.
- 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, no. 9 (2021): 1011–1026.
- Asir, M., Puspitasari, D., Wahab, A., Anwar, A.M., & Mere, K. (2023). *The Effectiveness Of Using Celebrity Endorsers On Consumer Behavior And Product Purchasing Decisions: Literature Review*.
- Dian, A, and A Ardhiyansyah. “Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Baju Bekas.” *Senmabis ...* 1, no. 1 (2021): 30–37.
- Fitriah, L. N., Islam, H. M., & Diharjo, F. R. (2023). Dampak Korean Wave terhadap Perilaku Konsumerisme Merchandise K-Pop dikalangan Mahasiswa Probolinggo. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5.
- Harahap, F. A. L., Susanti, N., & Abidin, S. (2022). Pengaruh Selebgram terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Berbelanja Online. *Jurnal Riset Komunikasi*, 12.
- Ira Putri Tanjung., dan N. N. A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Kota Medan. *Jurnal Of Social Science Research*, 3, 7361–7373.
- Jayanti, Suci Etri & Siahaan, R. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy Mahasiswi Stie Bina Karya. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2, 40.
- Putra J.D.K., Hidayati N., & Hardaningtyas R.T. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Dan Acer". *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 12, No. 02.
- Larasati, Dinda. “Globalization on Culture and Identity: Pengaruh Dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi Di Indonesia.” *Jurnal Hubungan Internasional* 11, no. 1 (2018): 109.

- Marisyah Dwi Ambarsari., dan N. A. (2023). Pengaruh financial literacy, lifestyle, konformitas, money attitude, dan e-Money terhadap perilaku konsumtif Generasi Z penggemar K-pop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11, 550–564.
- Muhammad Asir, D. P., Wahab, A., Anwar, M. A., & Mere, K. (2023). *Efektivitas Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk: Literature Review*. 4, 1790–1801.
- Novitasari, A., & Nugrahani, U, R. (2022). Pengaruh Rachel Vennya terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *E-Proceeding of Management*, 8, 3613.
- Prasetya, D., Tayo, Y., & Kusumaningrum, R. (2022). Pengaruh Budaya Populer Fanatisme terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise pada Komunitas Blink Jabodetabek. *Nusantara Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 9.
- Pulungan, Delyana Rahmawany & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2, 103–110.
- Resti Oktavia Sari. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Rujukan Dan Electronic Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Emina Bagi Generasi Z Di Kabupaten Wonogiri*.
- Robiaturrahmah. (2023). *Pengaruh Harga, Daya Tarik Merchandise, Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop Dan K-Drama* (Issue 8 Nov 2023). Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah jakarta.
- Rusdi Raprayogha., Muslimin Kara., dan N. D. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya dan Lifestyle terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Kota Makassar. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.
- Sarajawati, M.K.A. (2020). *Fenomena Korean Wave Di Indonesia*.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif* (N. M. Ni putu ggatriyanti (ed.)). CV Tohar Media.
- Septiani, Adist, Noorshanti Sumarah, and Fitri Norhabiba. “Pengaruh Brand Ambassador EXO Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Di Kalangan Pembeli Produk Nature Republic (Studi Pada Komunitas EXO-L Surabaya).” *Jurnal Representamen* 7, no. 01 (2021).
- Wati, H. (2019). Pengaruh Selebgram sebagai Celebrity Endorsment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi. *Sosietas Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 9, 722–727.