

DAFTAR PUSTAKA

- Adina, A. N. (2019). Hedonisme Berbalut cinta Dalam Musik K-Pop. *Syntax Idea, Vol. 2, no.2* .
- Afifah, N. A. (2022). Analisis Parasosial dan Loyalitas Fans EXO di Masa Wajib Militer.
- Alia Putri Nadila, N. A. (12 Desember 2022). Analyzing the Influence of Korean Celebrities as Brand Ambassador toward Customer Loyalty in Indonesia. *International Journal of Current Science Research and Review*.
- Amelza Wahida Husna, Y. Y. (2023). Analysis of Financial Management Behavior on K-Pop Fans in Surabaya. *Amanxo Publication: International Journal of Scientific and Management Research*, 28-36.
- Anis Mutmainah, L. K. (2023, Juli 24). *Konteks*. Retrieved from Konteks.co.id: <https://www.konteks.co.id/digital/152628/apa-saja-yang-ada-di-twitter-mengenal-fitur-utama-dan-fungsinya/>
- Arohma Putri Kaharidoni, Y. A. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop di Kalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo Angkatan 2018. *nigosiya: Journal of Economics and Businessresearch, Vol.2, No.2*, 139-156.
- Cindie. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram. *Jurnal Inovasi*.
- Dr. Farida Nugrahani, M. (2014). Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. In *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (pp. 25-145).
- Dreamers*. (2020, November 05). Retrieved from Dreamers.id: <https://hiburan.dreamers.id/article/92950/jisung-nct-hiatus-penggemar-berikan->
- Gana Buana, J. I. (2023, Juli 19). *Apa Itu Fandom? Berikut Daftar 11 Fandom K-Pop Terbesar di Dunia*. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/humaniora/597776/apa-itu-fandom-berikut-daftar-11-fandom-k-pop-terbesar-di-dunia>
- K-popers. (2023, Juni 23). *K-popers*. Retrieved from K-popers.com: <https://www.k-popers.com/biodata-profil-dan-fakta-member-nct-u/>

- Kharisma (2023). Interaksi Parasosial dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol. 4(2), 2160-2172.
- Kim, Y. J. (2022, Januari 26). *Indonesia negara yang paling ramai membicarakan K-pop di Twitter 2021*. Retrieved from X Blog: https://blog.x.com/in_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-k-pop-di-twitter
- Maria Veronica, S. P. (2018). Eksploitasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album K-Pop. *Koneksi*, Vol.2, No. 2, 433-440.
- Marino Ananda, N. H. (2021). Di balik perilaku konsumtif NCTZEN dalam pembelian merchandise NCT (studi kasus komunitas NCTZEN Malang). *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-ilmu Sosial*, Vol. 1, No. 9, 1011-1026.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 16, No. 1, 151-160.
- MSD. (2023, Juni 15). *Perbedaan NCTzen dan Sijeuni yang Wajib Diketahui Fans NCT*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/berita-hari-ini/perbedaan-nctzen-dan-sijeuni-yang-wajib-diketahui-fans-nct-20bFE9OsGaq/full>
- Nur Rohmi Aida, S. H. (2022, Maret 24). *Kompas*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2022/03/24/200500665/mengenal-apa-itu-twitter-dan-mengapa-orang-menggunakannya>
- Priscillia Haneyta Arisandi, T. O. (2023). Forms of Support and New Habits as K-Pop Fans: Implications of K-Pop Culture on the Lifestyle of Fans. *IJERLAS (International Journal of Educational Review Law and Social Science)* Vol.3, No.5.
- Ramanda, R. (2015). Karakter Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer. *eJournal Ilmu Komunikasi*.
- Sarajwati, M. K. (2020, September 30). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Retrieved from egsaugm: <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Shara, H. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Budaya Populer Fanatisme Korean Wave. *Jurnal Ikraith-Humaniora*.

Wongsantimeth, N. (2022). The Influence of K-Pop Thai fan loyalty on the image of Korean male idol: a case study of Lim Youngmin. *Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD)*, 5919.

Zhang X-x, L. L.-q. (2015). Towards a Three-Component Model of a Fan Loyalty: A Case Study of Chinese Youth. *PLoS ONE Vol.10, No.4*.