

DAFTAR PUSTAKA

Hidayanti, N., & Indriana Y. (2022). HUBUNGAN ANTARA FANATISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGEMAR KPOP DI SEMARANG. *Jurnal Empati*, 11(1), 56-60 <https://doi.org/10.14710/empati.2022.33361>

Ananda, M., Hadi, N., Harda, N., & Meiji, P. (n.d.). Di balik perilaku konsumtif NCTZEN dalam pembelian merchandise NCT (studi kasus komunitas NCTzen Malang). *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(9), 1011–1026. <https://doi.org/10.17977/um063v1i92021p1011-1026>

Wulandari, S. A., Budiati, A. C., Pendidikan, N., Antropologi, S., Keguruan, F., & Pendidikan, I. (n.d.). *PERILAKU KONSUMTIF PESERTA DIDIK PENGGEMAR K-POP DI SMA NEGERI 4 SURAKARTA Oleh.*

Nisrina, D., Widodo, I. A., Larassari, B., & Rahmaji, F. (2020). *DAMPAK KONSUMERISME BUDAYA KOREA (KPOP) DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI MALANG*. 21(1). <http://journals.ums.ac.id/index.php/humaniora>

Alfirahmi. (2019). FENOMENA KOPI KEKINIAN DI ERA 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *Jurnal Lugas*, 24(1), 24–32. <http://ojs.stiami.ac.id>

Akbar, A. (2018). Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi.

Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2017). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi

Hakim, R. M., & Fatoni, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Clip Blackpink - Ddu Du Ddu Du). *Jurnal SCRIPTURA*, 10(1), 15–23.

Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ALFABETA.

Ginting, R. (2021). *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial Saring Sebelum Sharing*. Sumatera Utara: Insania.

Indah Lestari, 2023

PENGARUH TERPAAN KONTEN YOUTUBE JAYNE ALEXANDER TERHADAP PERILAKU KONSUMERISME FANDOM BLINK (Survei Terhadap Grup Chat Blink Berbagi di Telegram)

UPN Veteran Jakarta Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.ac.id

Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rakatama Media.

Romli, K. (2017). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Indah Lestari, 2023

PENGARUH TERPAAN KONTEN YOUTUBE JAYNE ALEXANDER TERHADAP PERILAKU KONSUMERISME FANDOM BLINK (Survei Terhadap Grup Chat Blink Berbagi di Telegram)

UPN Veteran Jakarta Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.ac.id]