

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi Offset.
- Adelia, L. P. K. P. (tahun). *Pemahaman penggemar Korean Pop atas bea masuk pembelian merchandise idol K-pop (Studi kasus penggemar Seventeen (Cerat) Indonesia)* [Skripsi, Universitas Pendidikan Ganesha]. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Agustanti, A. (2022). Fanatisme dan konformitas Korean Wave pada remaja. *Edu Consilium: Jurnal BK Pendidikan Islam*, 3(1), 51–65. <https://doi.org/10.19105/ec.v1i1.1808>
- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1), 17–29. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Alcia, M., Lusiana, & Silvia, S. (2025). Pengaruh penggunaan e-commerce, kenaikan pajak pertambahan nilai (PPN) terhadap perilaku konsumen dengan tingkat kesadaran pajak sebagai variabel moderasi (Studi kasus pada mahasiswa akuntansi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 1–12.
- Al-Dmour, R., Hammdan, F., Al-Dmour, H., Alrowwad, A., & Khwaldeh, S. M. (2017). The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case. *Asian Social Science*, 13(11), 157. <https://doi.org/10.5539/ass.v13n11p157>
- Amanita, N.Y. (2021). Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, (3)4, 11-26.
- Anggraini, K. S., Satria, H., & Hasnarika. (2024). Pengaruh penetapan pajak dan cashback terhadap pembelian merchandise K-Pop dengan harga sebagai variabel moderating (Studi kasus penggemar grup K-Pop generasi Z). *CASH (Economic, Accounting Scientific Journal)*, 7(2), 115–128.
- Andina, A. N. (2019). Hedonisme Berbalut Cinta dalam Musik K-Pop. *Jurnal Syntax Media*, 1(8), 39-49.
- Anggraeni, S. (2023, August 14). Apa itu Tax Reform? Retrieved from artikel pajakku: <https://artikel.pajakku.com/apa-itu-tax-reform/>
- Anggraeni, D., & Lestari, M. I. (2021). Pengaruh Regulasi Ambang Batas USD 3 Melalui E-Commerce Terhadap Minat Beli Produk Impor di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–12. <http://jema.unw.ac.id/index.php/jema/article/view/16>
- Ardika, R. (2023). *Mental Accounting*, Self Control, Self Efficacy dan Evaluasi Emotional Value: Bingkai Makna Kebahagiaan Tersembunyi Pasca Pembelian. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 7(2), 279–293.

- Arifin, S. A. K., & Sriyono, S. (2022). The Effect of Tax Literacy, Service Quality of Tax Employees, Financial Attitudes, and Tax Understanding on Taxpayer Compliance. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 20. <https://doi.org/10.21070/ijins.v20i.710>
- Aquino, M. (2021, September 10). What are photo cards and why are K-Pop fans collecting them? Retrieved from WMA Entertainment: <https://www.gmanetwork.com/entertainment/celebritylife/hobbies/80386/what-are-photo-cards-and-why-are-K-Pop-fans-collecting-them/story>
- Bangsawan, A. A., & Alkam, R. (2023). Implikasi atas Kenaikan Tarif PPN terhadap Orang Pribadi dan Pengusaha Guna Optimalisasi Penerimaan Negara Pasca Pandemi. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 83–93. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3771>
- Bi, W., & Liu, M. (2014). Product demand forecasting and dynamic pricing considering consumers' *Mental Accounting* and peak-end reference effects. *Journal Mathematics*, 2014.
- Bornman, M., & Ramutumbu, P. (2019). A Conceptual Framework of Tax Knowledge. *Meditari Accountancy Research*, 27(6), 823–839. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-09-2018-0379>
- Cesara, M. C., & Putri, R. Y. (2022). Analisis Gaya Hidup Penggemar pada Fandom Kpop (Studi pada Penggemar Wanna One dalam Fandom Wannable Indonesia. e-Proceeding of Management, 7(2), 6985.
- Chen, S. (2023). The Influence of K-Pop Culture on the Consuming Behavior of Chinese Urban Youth and Adolescence. *Academic Journal of Humanities & Social Sciences*, 6(22), 15–20. <https://doi.org/10.25236/ajhss.2023.062203>
- Choi, H. J. (2024). Do K-Pop Consumers' Fandom Activities Affect Their Happiness, Listening Intention, and Loyalty? *Behavioral Sciences*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/bs14121136>
- CNN. (2022, 01 26). Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-K-Poper-terbesar-di-twitter>
- Danniswara, R., Sandhyaduhita, P., & Munajat, Q. (2017). The impact of EWOM referral, celebrity endorsement, and information quality on purchase decision: A case of Instagram. *Information Resources Management Journal*, 30(2), 23–43. <https://doi.org/10.4018/IRMJ.2017040102>
- Desnika, K., & Tambunan, S. M. G. (2023). Consuming K-Pop photocards: Mediated intimacy in Indonesian fan practices. *Athena: Journal of Social, Culture and Society*, 1(3), 154–160. <https://doi.org/10.58905/athena.v1i3.137>
- Eriska, T. A. S., Suyanto, & Chaerunnisak, U. H. (2025). Kebijakan bea masuk dan kenaikan tarif PPN terhadap minat beli merchandise K-pop dengan pemahaman pajak sebagai variabel moderasi [Skripsi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa]. Repositori Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.

- Ervana, O. N. (2019). Pengaruh Pemeriksaan Pajak, Keadilan Pajak Dan Tarif Pajak Terhadap Etika Penggelapan Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Klaten). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara (JAPD)*, 01(02), 55–65.
- Fahirra, H., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh korean wave dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian album official BTS. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 148–159.
- Febriana, R., Izza, M., Muhtadi, N. A., & Arisnawati, N. F. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumtif Penggemar K-POP pada Peluang Usaha dan Pajak Bea Cukai di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 2(1), 212–221.
- Fisa, M., & Rasipan, R. (2024). Fenomena perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian album fisik K-Pop pada penggemar Seventeen. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 4(2), 125–134. <https://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/master/article/view/1677>
- Frederica, D., Pongoh, I. A. J. R., & Iskandar, D. (2023). Pemahaman Penggemar Korean Pop Atas Bea Masuk Pembelian Merchandise. *Owner*, 7(2), 1765–1771. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1434>
- Güven, C., & Sørensen, B. E. (2012). Subjective Well-Being: Keeping Up with the Perception of the Joneses. *Social Indicators Research*, 109(3), 439–469. <https://doi.org/10.1007/s11205-011-9910-x>
- Ghozali, I. (2021). *Structural equation modeling dengan metode alternatif partial least squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajar, M. F. F., & Isbanah, Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Kontrol Diri, dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Menabung Penggemar K-Pop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 482–494.
- Hardiansyah, W., & Suryani, S. (2024). Pengaruh Sikap Konsumen dan Lifestyle Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffeeshop Melalui Keputusan Pembelian pada Mahasiswa di Kota Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 177. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2978>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.
- Haryanti, I., & Nurdin, H. (2019). Fashion Trends and Hedonic Lifestyle on Decisions Purchase of Hijab Dresses in Bima. Li Falah: *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 163. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v4i2.1649>
- Herawaty, T., Tresna, P. W., & Hatiqah. (2019). The Influence of Lifestyle on the Process of Purchase Decision (A Study on Android Users Community). *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8(2), 344–351
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar K-Pop Di Semarang. *Jurnal EMPATI*, 11(1), 56–60. <https://doi.org/10.14710/empati.2022.33361>

- Ibda, H. (2019). Penguatan Literasi Perpajakan Melalui Strategi “GEBUK” (Gerakan Membuat Kartu) NPWP pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 7(2), 83. <https://doi.org/10.26740/jepk.v7n2.p83-98>
- Iksani, G. & H. & A. (2022). Financial Management Behaviour of Mobile Legend Gamers.
- Ilhamsyah, R., Endang, M. G. W., & Dewantara, R. Y. (2016). Pengaruh Pemahaman Dan Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 8(1), 1–9. <http://perpajakan.studentjournal.ub.ac.id/index.php/perpajakan/article/view/219>
- Indah Apriliani, L., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). Fanatisme dan perilaku konsumtif pada komunitas penggemar K-Pop di Karawang. *Empowerment: Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(1), 75–84. <https://doi.org/10.36805/empowerment.v1i1.99>
- Jaunky, V. C., Jeetoo, J., & Rampersad, S. (2020). Happiness and Consumption in Mauritius: An Exploratory Study of Socio-Economic Dimensions, Basic Needs, Luxuries and Personality Traits. *Journal of Happiness Studies*, 21(7), 2377–2403. <https://doi.org/10.1007/s10902-019-00178-8>
- Kahneman, D. (2013). *Thinking Fast and Slow*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kanesia, S., Amin, M., & Nandiroh, U. (2024). Pengaruh *Mental Accounting* Practice Terhadap Keputusan Individu Berbelanja Online dengan Locus of Control Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 13(2), 507–524.
- Khairunnisa, Y. P. (2023). Kebiasaan gaya hidup hedonisme terhadap perkembangan kepribadian anak. *JUBIKOPS: Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi*, 3(1), 31–44.
- Kim Y. J. (2022). #K-PopTwitter reaches new heights with 7.8 billion global Tweets. https://blog.twitter.com/en_us/topics/insights/2022/-K-Poptwitter-reaches-new-heights-with-7-8-billion-global-tweets/
- King-O’Riain, R. C. (2021). “They were having so much fun, so genuinely..”: K-Pop fan online affect and corroborated authenticity. *New Media and Society*, 23(9), 2820–2838. <https://doi.org/10.1177/1461444820941194>
- Kompasiana. (2022, Desember 8). Imbas Hallyu atau K-Pop terhadap Perpajakan Indonesia? Retrieved from Kompasiana: https://www.kompasiana.com/fhadilaroza/6391dbc22005827f113ef442/imbas-hallyu-atau-K-Pop-terhadap-perpajakan-indonesia?page=all#goog_rewarded
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Lailia, F., Kiranti, Hapsari, M. I., Namora, R., & Qoni’ah, S. (2024). Pengaruh Literasi Pajak terhadap Kesadaran Pajak Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Potensial*, 3(2), 193–202.

- Lestari, A. J., Nuridah, S., & Littu, H. (2023). Pengaruh Kenaikan Tarif PPN 11% Terhadap Daya Beli Konsumen Apotek di Kabupaten Bekasi. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3 (4), 7757–7768.
- Likurerung, J. N. (2025). Pengaruh literasi pajak pertambahan nilai (PPN), gaya hidup, dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Bandung. *Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, 23(8), 1–15.
- Lin, H., Lee, M., Liang, J., & Chang, H. (2019). modeling in e-learning research. 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1111/bjet.12890>
- Listyaningsih, E., & Launi, A. V. (2024). Pengaruh Harga, Diskon Shopee, Iklan Media, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Online Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Moderasi Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 1(3), 213–228. <https://doi.org/10.59407/jakpt.v1i3.603>
- Madurano, S. U. (2023). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Kesadaran terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Sinomika Journal*, 2(3), 437–456. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i1.964>
- Mason, D. (2000). Society and Sociology: Britain in 2025. *Sociology*, 34(1), 1–3.
- Miftahudin, A., & Irawan, F. (2020). Alternatif Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai atas Konsumsi atau Pemanfaatan Konten dan Jasa Digital dari Penyedia Luar Negeri. *Scientax*, 1(2), 131–148. <https://doi.org/10.52869/st.v1i2.36>
- Musura, A., & Petrovecki, K. (2015). *Mental Accounting* and Related Categorizations In The Context Of Self-Regulation. *Journal of Business Management*, (9).
- Nugraini, A., & Fauzan, A. (2024). Hubungan Kenaikan Tarif PPN terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah*, 1(12), 945–955.
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. E. (2022). Pengaruh fanatisme dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian merchandise K-Pop (Studi kasus pada komunitas penggemar grup K-Pop SVT di DKI Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(4), 1–7.
- Pasek, G. W., & Widiastina, G. (2025). Pengaruh *Mental Accounting* dan Present Bias terhadap Perilaku Konsumsi Pelaku UMKM. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 15(1), 158–164.
- Pham, A., Genest-Grégoire, A., Godbout, L., & Guay, J.-H. (2021). Tax Literacy: A Canadian Perspective. *Canadian Tax Journal/Revue Fiscale Canadienne*, 68(4), 987–1007. <https://doi.org/10.32721/ctj.2020.68.4.pham>
- Prasetyo, A. R., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 990–1001. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p990-1001>
- Praundrianagari, S. B., & Cahyono, H. (2021). Pola konsumsi mahasiswa K-Popers yang berhubungan dengan gaya hidup K-Pop mahasiswa Surabaya. *Independent:*

- Pirari, W., 2020. Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora*. 4(2): 50-59
- Qhairunisa, Wardhani, & Vehtasvili. (2023). Penetapan Harmonized System, dan Preferensi Belanja Setelah Perubahan De Minimis Threshold Terhadap Keputusan Keywords : *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1274–1287.
- Radianto, W. E. D., Salim, I., Christian, S., Efrata, T. C., & Dewi, L. (2022). Does *Mental Accounting* Play an Important Role in Young Entrepreneurs? Studies on Entrepreneurship Education. *Journal of Educational and Social Research*, 12(2), 140–151. <https://doi.org/10.36941/jesr-2022-0040>
- Rahayu, N. (2017). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Akuntansi Dewantara* 1(1).
- Rahmadani, A., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador pada Pengambilan Keputusan Konsumen. *Telaah Bisnis*, 22(1), 59. <https://doi.org/10.35917/TB.V22I1.225>
- Rahmadani, S. D. (2023, Desember 1). Mengenal group order (GO) dalam dunia bisnis K-Pop. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/dearlysabrina/6569d432c57afb74237ad4b2/mengenal-group-order-go-dalam-dunia-bisnis-K-Pop>
- Rajasa, R. S. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonisme dan digitalisasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa dengan pemoderasi literasi keuangan dan perpajakan (Skripsi, Universitas Kristen Satya Wacana). Universitas Kristen Satya Wacana Repository. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/34213>
- Ramesh, A., Dew, N., Read, S., & Sarasvathy, S. D. (2014, January). The *Mental Accounting* of resource trade-offs during the entrepreneurial plunge decision. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2014, No. 1, p. 12141). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Rita, & Astuti, P. (2023). Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Inflasi. *Remittance: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 4(1), 38-43.
- Rospitadewi, E., & Efferin, S. (2017). *Mental Accounting* dan Ilusi Kebahagiaan : Memahami Pikiran dan Implikasinya Bagi AKuntansi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(1), 18–34.
- Rosyidana, S. (2022). Analisis keputusan konsumen terhadap pembelian merchandise K-Pop di Shopee. *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)*, 1–9.
- Rohman, M. A. (2024, Mei 25). *Bagaimana PLS Bekerja pada Data Non-Normal*. Retrieved from sekolahstata.com: <https://sekolahstata.com/bagaimana-pls-bekerja-pada-data-non-normal/>
- Roza, F. (2022, December 08). *Imbas Hallyu atau K-pop terhadap Perpajakan Indonesia?* Retrieved from Kompasiana.com:

<https://www.kompasiana.com/fhadilaroza/6391dbc22005827f113ef442/imbas-hallyu-atau-k-pop-terhadap-perpajakan-indonesia?page=all#section2>

- Sahara, A. R., Pandjaitan, D. R. H., & Ambarwati, D. A. S. (2023). Pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap keputusan pembelian pada Buttons carves. *Journal Economics and Digital Business Review*, 4(2), 326–340.
- Sardiyo, S., & Martini, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Owner*, 6(3), 3169–3180. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.934>
- Sari, R. T. N. (2024). *Analisis tingkat pengetahuan perpajakan dan persepsi penggemar Korean pop pada tiket yang dikenakan pajak hiburan jenis konser musik dan dampaknya terhadap minat pembelian tiket konser (Studi kasus pada penggemar Korean pop di Indonesia yang sudah pernah menonton konser)* [Skripsi, Universitas Satya Negara Indonesia]. Universitas Satya Negara Indonesia.
- Sari, W. A., Rukmi, M. P., Haryati, & Fiorintari. (2024). Dampak Perubahan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Measurement: Jurnal Akuntansi*, 18(1), 57–66.
- Saputro, M. A. (2018). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Penghasilan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Kabupaten Ngawi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Method for Business*. In NBER Working Papers (7th ed.). John Wiley & Sons Ltd. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Siswandi, R. A., & Djawoto. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Kasus Pada Konsumen Produk Kosmetik Korea Selatan Nature Republic Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(9), 1–18. www.mix.id
- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 200–214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.622>
- Strack, F., & Deutsch, R. (2004). Reflective and Impulsive Determinants of Social Behavior. *Personality and Social Psychology Review*, 8(3), 220–247. <https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0803>
- Sugiono. (2011). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan RnD. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Suyanto, Putri, F. K., & Dewi, W. P. (2024). Pembelajaran akuntansi keuangan, Gaya Hidup , dan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi : Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*, 5(1). <https://doi.org/10.30595/ratio.v5i1.20227>

- Syafira, I., Fauzi, N., Sulistyowati, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call of Duty: Mobile. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 1-10.
- Thaler, R. (1985). *Mental Accounting* and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4(3), 15–25. <https://doi.org/10.1287/mksc.4.3.199>
- Thaler, H., & Sustein, C. (2008). Improving decisions about health, wealth, and happiness. *Constitutional Political Economy*, 19(4), 356–360. <https://doi.org/10.1007/s10602-008-9056-2>
- Thaler, R. H. (1999). *Mental Accounting* Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183–206.
- Thaler, R. H., & Shefrin, H. M. (1981). An economic theory of self-control. *Journal of Political Economy*, 89(2), 392–406. <https://doi.org/10.1086/260971>
- Triadanti. (2019, Februari 26). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans K-Pop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota? Retrieved from IDN Times: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-K-Pop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- Truong, N. X. (2018). The Impact of Hallyu 4.0 and Social Media on Korean Products. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 82.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453–458.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Wardana, G., Salsabilla, I., & Simanjorang, F. (2023). Jejak Ekonomi Konser K-Pop (Nct Dream Tour" the Dream Show 2: Jakarta") Dalam Menghasilkan Pendapatan Nasional. *Musytari: Neraca Manajemen Ekonomi*, 2(3), 1–18.
- Wijaya, E., & Oktarina, Y. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying pada Hodshop Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 10–22. <https://doi.org/10.37676/EKOMBIS.V7I1.696>
- Wulandari, S. A. (2018). *Perilaku konsumtif peserta didik penggemar K-Pop di SMA Negeri 4 Surakarta* (Skripsi Sarjana, Universitas Sebelas Maret). Universitas Sebelas Maret.
- Yong, D. J., & Yoon, T.J. (2017). The Korean Wave: Retrospect and prospect. *International Journal of Communication*, 11(2), 2241–2249.
- Yu, H., Kim, C., & Kim, H. (2014). Investigating Cosmetics Purchase of International Tourists in South Korea. *International Journal of Management Cases*, 14(1), 398–410. <https://doi.org/10.5848/apbj.2012.00036>
- Yuliawati, L. (2014). *Korean Wave: Panduan Bijak Mengenal Budaya Populer Korea* (pp. 1–68). Pena Nusantara.

- Yusuf, H., & Wahyudi, I. T. (2024). Pengaruh Informasi Berlebihan Terhadap Pembelian Barang Impor E-Commerce Dengan Fiscal Import Barrier Sebagai Variabel Moderasi : Perspektif Model. *Journal Perspektif Bea Dan Cukai*, 8(2), 108–123.
- Zielonka, P., Dzik, B., Szymanek, K., Jakiela, S., & Bialek, M. (2024). The History of Dual-Process Thinking. *Orbis Idearum*, 12(1), 11–51.

