

DAFTAR PUSTAKA

- Arassy, B. F., Wibisono, N., & Rafdinal, W. (2021). *Niat Pembelian Digital Album K-Pop : Analisis Deskriptif Theory of Planned Behavior*. Cd, 4–5.
- Charina, D., & Suyanto, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Membentuk Enterpreneurial Intention para Generasi Muda untuk Menjadi Young Enterpreneur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 125–133.
- Chrystiantari, M. C., & Suyanto, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Customer Perceived Value E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(2), 215–224. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i2.341>
- cnindonesia.com. (2020). *Penjualan Album K-pop Meroket di Masa Pandemi Covid-19*. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20201124134023-227-573801/penjualan-album-k-pop-meroket-di-masa-pandemi-covid-19>
- Egsaugm. (2020). *fenomena korean wave di indonesia*. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Fany, Divatasya Belinda Rauf, L. D. (2022). Ekonomi fans K-pop: keterikatan emosional, dukungan tanpa henti, dan konsumsi berlebihan. *Thefineryreport*. <https://www.thefineryreport.com/articles/2022/2/10/ekonomi-fans-k-pop-keterikatan-emosional-dukkungan-tanpa-henti-dan-konsumsi-berlebihan>
- Febrianti, & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Design Produk dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Album Fisik Musik K-Pop di Indonesia. *Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(2), 140–149.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen*. December.
- Google. (2022). *Google Trends Explore K-pop*. <https://trends.google.com/trends/explore?q=K-pop>
- Hadion Wijoyo, Denok Sunarsih, Y. C. I. I. (2020). *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat 4.0*. (A. Moeins (ed.); Issue July). CV. Pena Persada.
- Hamdat, A., Kusuma, A. M., Cahya, B. T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., Astri, F., Salam, K. N., Islamiah, M. H., Henrietta, N., Mandey, J., Leni, P., Nabila, R., Dwita, V., Kidul, S. B., Piedra, R., & Beliaikin, A. (2020). *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen : Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi* (GCAINDO (ed.)). Diandra Kreatif.

- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.
- Iskandar, P. Z., & Zuliestiana, D. A. (2021). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Album Musik Dan Merchandise Kpop (Studi Pada Penggemar Musik Kpop) The Influence Of Consumer Behavior On Purchasing Decisions Of Music Albums And Kpop Merchandises (Study On Kpop Music Fans)*. 8(3).
- Kapanlagi Plus. (2022). *Arti K-Pop, Sejarah, dan Karakteristiknya dalam Korean Wave*. <https://plus.kapanlagi.com/arti-kpop-sejarah-dan-karakteristiknya-dalam-korean-wave-44694a.html>
- Kim, Y. (2021). *K-pop belts out another record on Twitter with 7.5 billion Tweets*. https://blog.twitter.com/en_sea/topics/insights/2021/k-pop-belts-out-another-record-on-twitter-with-7-5-billion-tweet
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Kusnario, R. (2020). *Mengenal Sejarah K-pop dan Generasinya*. <https://www.mocoacademy.id/mengenal-sejarah-k-pop-dan-generasinya/>
- Kusumawardhani, N. Q., & Yolanda, F. (2019). *K-Pop Hidupkan Kembali Penjualan CD dan Album Fisik*. <https://www.republika.co.id/berita/q0bv7z370/kpop-hidupkan-kembali-penjualan-cd-dan-album-fisik>
- Lestari, D. A., & Tiarawati, M. (2020). The Effect of Hedonic Motivation and Consumer Attitudes Towards Purchase Decision on K-Pop CD Albums (Study on KPOPSURABAYA Community). *The Spirit of Society Journal*, 3(2), 1–7. <https://doi.org/10.29138/scj.v3i2.1084>
- Mediaindonesia.com. (2021). *Manfaatkan K-Pop untuk Pulihkan Ekonomi Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/375054/manfaatkan-k-pop-untuk-pulihkan-ekonomi-indonesia>
- Puspitorini, D. A. (2017). PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Café D'Srupat-Sruput di Kota Wates). *Prodi Manajemen UPY*, 1–16. <http://repository.upy.ac.id/id/eprint/1295>
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. 136.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for business. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.
- Statista Research Department. (2022). *Popularity of South Korean pop music (K-pop) in Indonesia in 2019*. <https://www.statista.com/statistics/956017/south-korea-kpop-popularity-in-indonesia/>
- Sugiyono, P. D. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA, CV.
- Sutopo, E. Y., & Slamet, P. A. (2017). *STATISTIK INFERENSIAL* (Giovanny (ed.)). ANDI.
- Ulfa Ridayani, S., & Alie, J. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision of K-Pop Idol Iz*One's Albums in Palembang. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 2(1), 2746–4040.
- Veronica, M., Paramita, S., & Utami, L. S. S. (2019). Eksploitasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album K-Pop. *Koneksi*, 2(2), 433. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3920>
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (p. 79). Deepublish Publisher.