

Daftar Pustaka

- Agung, P. T. S., Harga, P., & Produk, D. (2020). *PEMBELIAN ALBUM K-POP Pengaruh Harga , Loyalitas , Desain Produk dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Album K-Pop di Indonesia Melalui Website*.
- Fransiska, R. A. (2023). Pengaruh Harga, Loyalitas, Desain Produk dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Album K-Pop di Indonesia Melalui Website Ktown4u. *Ilmiah Manajemen Bisnis*, 23(2), 85-94.
- Ainurzana, A. A., & Jemadi, J. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kepercayaan, Dan Penggunaan Brand Ambassador K-Pop Idol Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(2), 351–366.
<https://doi.org/10.35508/jom.v16i2.9939>
- Annisa, O., Marwati, R., Rivan, M. W., & Diwangkara, R. (2024). Studi etnografi perilaku konsumtif fandom nct pada pembelian album dan merchandise k-pop. *Journal of Science and Technology*, 4(2), 467–490.
https://www.researchgate.net/publication/367967567_Fanaticism_of_Consumptive_Behavior_of_Merchandise_Purchasing_in_Student_Boyband_Fans
- Ardani, V. E., & Wati, K. M. (2024). *Pengaruh Brand Image , Korean Wave , Sikap Fanatisme , dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Ultra Milk Edisi Kolaborasi Stray Kids*. 3(3), 76–91.
- Ardhiza, A. R., Setianingsih, W. E., & Izzudin, A. (2023). PENGARUH DESIGN PRODUCT, PERSONAL BRANDING, DISTRIBUTION, DAN DIGITAL

MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM K-POP
(studi kasus pembeli pada Weverse Shop). *Growth*, 21(1), 99.
<https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2811>

Circle Chart, Circle Album Chart 2023-2024

m.entertain.naver.com/article/022/00...

Delivered Korea, 2024 *K-Pop Merch: Trend & Top Items*

<https://blog.delivered.co.kr/k-pop/kpop-merch-guide/global-kpop-merch-trend-report-2024/>

Asmin, F. (2018). Budaya dan Pembangunan Ekonomi: Sebuah Kajian terhadap Artikel Chavoshbashi dan Kawan-Kawan. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2(2), 190–212.
<https://doi.org/10.25139/jsk.v2i2.516>

Ciswati, S., & Septayuda, I. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(2), 61–71.
<https://doi.org/10.31869/me.v9i2.4215>

Dwi, A., Azkiyah, Idila Elshyfa, & M.Nurwanto. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fanatisme Terhadap Minat Pembelian Tiket Konser Blackpink Di Stadion Gelora Bung Karno. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 846–859. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2066>

Efendi, F. H., Susena, K. C., & Rahman, A. (2024). *The Influence Of Product Quality , Price And Brand Image On Wardah Purchase Decisions (Case Study Of Students In The Management Program Of Dehasen Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Wardah (Study Kasus Mahasisw. 4(1), 9–18.*

Fadhilah, A. N., Nandang, & Rachmani, N. N. (2024). Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop Ditinjau dari Promosi Pada Online Shop Sunfloca di Media Sosial Twitter. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 7(2), 499–507.

Fitriah, N. L., Islam, M. H., & Diharjo, R. F. (2023). Dampak Korean Wave Terhadap Perilaku Konsumerisme Merchandise K-Pop Dikalangan Mahasiswa Probolinggo. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(2), 4427–4434.

Hijra Hijra. (2022). Pengaruh Korean Wave Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Scarlett Di Makassar). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 01–15.
<https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.407>

Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>

Imaningtyas, R., Sangadji, E. M., & Nurhayati, D. (2023). Pengaruh Budaya, Sosial, Dan Pribadi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk

- Skincare Innisfree Produksi Korea Di Kota Pasuruan. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(5), 170–178.
- Kasmawati, Liling Listyawati, D. S. L. (2024). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bukit Amaish Café dan Resto Kasmawati, Liling Listyawati, Damajanti Sri Lestari SAB – Vol. 2 No. 1 Tahun 2024. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1), 1–14.
- Lazuarda, S. A. (2022). Peran Gelombang Korea (Korean Wave) Terhadap Creative Business Masyarakat di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 6(1), 99–111. <https://doi.org/10.22219/jie.v6i1.20185>
- Lo, C. (2024). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM DAN MERCHANDISE K-POP*. 43–52.
- Masturah, W. F., Qaedi Hutagalung, A., Marhaini, & Qamariah, I. (2020). Pengaruh Budaya Korean Wave dan Perilaku Fan Entrepreneurship Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU). *Journal Of Management Analytical and Solution (JoMAS)*, 1(1). <https://doi.org/10.32734/jomas.v1i1.5241>
- Ningsih, R. W., Wijayanto, G., & Marhadi, M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(4), 440–448. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.03>
- Yusuf, R., & Nurhayati, L. (2018) *Keputusan Pembelian Barang Pada Toko Ritel*

Pt Bandung. The Influence of Promotion and Consumer Buying Power on Purchase Decisions on Retail Stores of PT Indomarco Prismaatama Branch of Cigondewah Kaler Bandung. *EKBIS Journal (Economics and Business)*, 6(1), 1–14.

Nurritzky Afiani, D., Muhamad Pauzy, D., & Risana, D. (2024). The Influence Of Korean Wave Brand Ambassadors, Brand Image And Brand Awareness On The Purchase Decision Of Somethinc Products (Survey on Somethinc Product Consumers in Tasikmalaya City) Pengaruh Brand Ambassador Korean Wave, Brand Image Dan Brand Awarene. *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 3(1), 389–402.

Prajnaparamita, C. X. (2023). Pengaruh Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Idola Melalui Minat Beli (Studi Kasus Pada Komunitas ARMY Surabaya) Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–18.

Putri, Heka Ananda, and Suhermin Suhermin. 2022. “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 11(4).

Puji Nurjanah, N. E. I. (2022). Pengaruh Fanatisme Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Kpop (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Kpop Svt Di Dki Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis 2016*, 4(4), 1–7.

Purnama, L. W., & Novitasari, D. (2022). Brand Image Pemediasi Pengaruh

- Advertising Dan Brand Ambassador Idol K-Pop Pada Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 418–435. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.476>
- Putri, K., & Fourqoniah, F. (2023). Pengaruh Promosi dan Shopping Emotion Serta Pembelian Impulsif Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise NCT. *Journal of Applied Business Administration*, 7(1), 1–8. <https://doi.org/10.30871/jaba.v7i1.5238>
- Rahma, S., Yusuf, M., & Astuti, A. F. (2024). Pengaruh Korean Wave, Kesadaran Halal, Dan Harga Terhadap Daya Beli Korean Food Di Kota Jambi. *ECo-Buss*, 6(3), 1300–1314. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1171>
- 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>
- Rahmawati, L., Fadhillah, M., & Cahya, A. D. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Brand Erigo Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 481–495. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.31741>
- Romadlon, C., & Effrisanti, Y. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo Pada Nctzen Kediri. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 105. <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v7i1.3177>

- Romli, M. E. (2020). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 16(4), 296. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v16i4.3726>
- Rustandi, A., & Ginanjar, M. H. (2024). Jumlah Peserta Didik Di Smk Al- Ma ' Shum Mardiyah. 25–40.
- Salomita, C., Tamba, M., & Nurminingsih, N. (2023). Pengaruh Topik, Promosi dan Daya Beli Terhadap Keputusan Pembelian Buku (Studi Kasus : Buku Amji Attak Kisah Perjuangan Sang Bhayangkara Resimen Pelopor Brimob Polri). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(4), 359–367. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i4.3814>
- Saputra, A. N., Fasa, M. I., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., & Lampung, K. B. (2024). *ETIKA ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMEN : IMPLIKASI*. 2(10).
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Shalsabilla, M., & Hadita, H. (2023). Analisis Brand Ambassador Grup K-Pop EXO Sebagai Strategi Ekspansi Pemasaran Produk Scarlett Whitening. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 383–392. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.2035>
- Sofiatullah, P. A. (2024). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Dampak Daya Beli terhadap Keputusan Pembelian Produk Mebel di Masa Pandemi*.

6(4), 335–342.

Tauran, A., Gemenop, J., Wattimena, L. N., & Lahallo, F. F. (2024). *Pelatihan Pembuatan Produk Hiasan Buah Merah Dari Kawat Buluh Pada Remaja Kompleks Malanu , Kota Sorong. 1(02), 54–60.*

Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 181–194. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>

Wardani, D., Veronica, M., & Wulandari, T. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Eonnie KPOP Store Palembang. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 6437–6447.

Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, edisi Pertama. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.

