

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mafia Gedang Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 325–333.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. A.
- Alya Rahmadhanty, D. H. M. J. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Album Musik Korean Pop (Studi Pada Penggemar Musik Korean Pop). *Science of the Total Environment*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147444><https://doi.org/10.1016/j.soilbio.2021.108211><https://doi.org/10.1016/j.watres.2021.117597><https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147016><https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147133>
- Amalia, C. D. (2020). Pengaruh content Marketing di Instagram Stories Terhadap Minat Beli. *Jom Fisip*, 7, 1–11.
- Ananda, M., Hadi, N., & Meiji, N. H. P. (2021). Di balik perilaku konsumtif NCTZEN dalam pembelian merchandise NCT (studi kasus komunitas NCTzen Malang). *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHIS)*, 1(9), 1011–1026. <https://doi.org/10.17977/um063v1i9p1011-1026>
- Azizah, D. U., & Elok Fitriani Rafikasari. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @Souvenirmurah_Ta Di Masa Pandemi. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 135–146. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i1.2418>
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.73923>
- Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2), 87. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i2.11263>
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing* (Sobirin (ed.)). Celebes Media Perkasa.
- Cynthia Dwi Cahyani Lolonto, Ramlan Amir Isa, Z. K. A. (2024). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Merchandise Kpop (Studi Pada Penggemar Kpop Di Kota Gorontalo)* Cynthia Dwi Cahyani Lolonto 1 ,

Ramlan Amir Isa 2 , Zulfia K Abdussamad 3 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. 10(1), 216–223.

Gabore, S. M. (2020). Western and Chinese media representation of Africa in COVID-19 news coverage. *Asian Journal of Communication*, 30(5), 299–316. <https://doi.org/10.1080/01292986.2020.1801781>

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, A. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta : PT. Buku Seru.

Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Representamen*, 7(02). <https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5727>

Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>

Insyiraah, D. S., Trihudiyatmanto, M., & Purwanto, H. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Merchandise Official (Studi pada para penggemar K-Pop di Wonosobo)*. 3, 19–31.

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 Album and Kpop Merchandises (Study on Kpop Music Fans)*. 8(3).

Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. PT.Erlangga.

Kuswibowo, C., & Murti, A. K. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Promotion, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Online Shop. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 5(1), 53–61. <https://doi.org/10.30988/jmil.v5i1.726>

- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, E. P. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Megandaru Ardhian Gumilar, F. O. (2019). *Pengaruh Sosial Media Marketing, Experiental Marketing, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Band Burgerkill*. 6(2), 4501–4507.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial : Perspektif komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pasaribu, A. F., Fadhila Rahma, T. I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing , Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432>
- Pramadya, T. P., & Oktaviani, J. (2021). Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan. *Insignia: Journal of International Relations*, 8(1), 87. <https://doi.org/10.20884/1.ins.2021.8.1.3857>
- Praptiwi, N. N., Darna, N., & Kader, M. A. (2021). Pengaruh Dukungan Celebrity Endorsement dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen Kerudung Instan Rabbani di Toko Cantika Hijabku Cingambul). *Business Management and Entrepreneur*, 3(1), 41–52.
- 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, I. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Endorserment Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, 1(2), 14–20. <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/download/76/62>
- Razak, M., Hidayat, M., & Rahman, M. H. (2021). Pengaruh Video Advertising Dan Sosial Media Konten Melalui Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Gofood Di Kota Makassar. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 18(1), 84–97. <https://doi.org/10.37476/akmen.v18i1.1602>
- Ristaningrum, D. A., & Ris, ; Erlita. (2023). *Pengaruh Keterlibatan Konsumen Pada Laman Media Sosial Merek , Kualitas Informasi dan Kekaraban Merek Terhadap Niat Beli Merchandise Merek “ HYBE MERCH ” JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 7(2), 1491–1507.

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif. Penelitian di Bidang Manajemen Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Rudy Irwansyah, Khanti Listya, Amanda Setlorini, I. M. H. H. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sari, R. P. (2021). *Twitter Ungkap Indonesia Ada di Posisi Pertama Twit Kpop Terbanyak di Dunia*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/hype/read/2021/02/04/101053166/twitter-ungkap-indonesia-ada-di-posisi-pertama-twit-kpop-terbanyak-di-dunia>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen, Edisi 7*. PT Indeks.
- Sedláková, R., Lapčík, M., & Burešová, Z. (2019). Media representation of the US 2016 presidential elections in Czech Radio broadcast. *Journal of International Communication*, 25(2), 301–323.
<https://doi.org/10.1080/13216597.2019.1649169>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku konsumen, Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Prenada Media Group.
- Sewaka, Katry Anggraini, D. sunarsih. (2022). *Digital Marketing* (F. Amir (ed.)). Pascal Books.
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79–94.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.329>
- Siska Lifani, M. U. dan R. K. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk*. 1(2), 83–92.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartini, S., Putri, D. E., & Candra, V. (2020). Minat Beli Pelanggan Ditinjau Dari Aspek Harga Pada UD. Tunas Baru Kecamatan Bandar Hulu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), 446–452.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.224>
- Susanto, Y., & Realize, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Suyono, S., & Hariyanto, S. A. (2023). ... Digital Marketing Bighit Entertainment (Bts) dan minat Pembelian Album/Merchandise Terhadap Keputusan Daya

- Beli Fans (Studi Kasus Pada E-Commerce *Lokawati: Jurnal Penelitian* ..., 1(4).
<https://journal.arimbi.or.id/index.php/Lokawati/article/view/169%0Ahttps://journal.arimbi.or.id/index.php/Lokawati/article/download/169/168>
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andy.
- Triadanti. (2019). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?* IDN Times.
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- Wardhana, A. (2021). *Consumer Behavior In The Digital Era* (M. Pradana (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Wardinata, G., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Masa Pandemi Covid-19. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 677–688. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.78>
- Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Trarintya, M. A. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(2), 486–492.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku konsumen Di Era Modern* (R. A. Kusumajaya (ed.)).