

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Pendidikan Tambusai*, 4(1), 239–247.
<https://jptam.org/index.php/jpttam/issue/view/15>
- Adriani, K. (2021). *Konsumsi Pada K-Popers (Penggemar K-Pop) Di*.
- Agnensia, N. P. (2018). Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–15.
<http://repository.unair.ac.id/id/eprint/87304>
- Andari, S. (2018). Relasi Sosial Anak Jalanan Dalam Komunitas Jalanan. *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 42(2), 131–144.
- Andhini, N. F. (2017). Pengaruh Utilitarian Value, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Zalora. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Cakap. (2021). *Fun Fact Lightstick K-Pop yang Harus Kamu Ketahui*.
<https://blog.cakap.com/fun-fact-lightstick-kpop/>
- Databoks. (2022). *Media Sosial yang Digunakan Responden untuk Berinteraksi dengan Fandom K-Pop (Juni 2022)*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/08/ini-medsos-favorit-komunitas-penggemar-k-pop>
- Dialogue. (2020). Brand Communities. In *The SAGE Encyclopedia of Corporate Reputation* (Issue January). <https://doi.org/10.4135/9781483376493.n38>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98.
<https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Faisal, M. (2018). Implikasi Program Dana Desa Terhadap Kohesi Sosial Di Desa Tamalate Kabupaten Takalar. *Sosiohumaniora*, 20(3), 222.
<https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i3.16070>
- Febrianto, K. W., & Artanti, Y. (2019). PENGARUH NILAI KONSUMSI TERHADAP NIAT BELI VIRTUAL ITEM KUSTOMISASI HERO (Studi pada Pemain Defence of The Ancient 2). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 471–477.
- Fonseca, X., Lukosch, S., & Brazier, F. (2018). Social cohesion revisited: a new definition and how to characterize it. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 32(2), 231–253.
<https://doi.org/10.1080/13511610.2018.1497480>
- Geyskens, I., & Steenkamp, J. B. E. M. (2000). Economic and social satisfaction: Measurement and relevance to marketing channel relationships. *Journal of Retailing*, 76(1), 11–32. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)00021-4](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)00021-4)
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Heri, H. (2022). The Influence of Store Atmosphere and Sales Promotion on Impulse Buying with Positive Emotion as an Intervening Variable at Martin Store Pekanbaru Pengaruh Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variab. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2486–2497.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- IDN Times. (2019). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?* <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- Irwan, A. M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial, dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 166–167.
- Kartawijaya, F., Sabil, S., Lestiningsih, A. S., & Widodo, D. P. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekobistek*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v8i1.25>
- katadata.co.id. (2022). *Wabah K-Pop Makin Menyebar di Dunia*. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/629c0aa18d034/wabah-k-pop-makin-menyebar-di-dunia>
- Khairiyah, D., & Yunita, M. (2018). Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas Dan Nilai Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Tvs Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 132–138. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i2.606>
- Kim, P., & Hutt, E. (2021). K-pop as a Social Movement: Case Study of BTS and Their Fandom ARMY. *Journal of Student Research*, 10(3), 1–15.
<https://doi.org/10.47611/jsrhs.v10i3.1772>
- Kompas.com. (2023). *Begini Sejarah dan Perkembangan K-Pop Hingga Sepopuler Sekarang*. <https://buku.kompas.com/read/4212/begini-sejarah-dan-perkembangan-k-pop-hingga-sepopuler-sekarang#:~:text=Pada awal tahun 2000-an,mulai memperoleh popularitas yang signifikan.>
- Kresna. (2021). *Karakteristik Brand Community (skripsi dan tesis)*. <https://konsultasiskripsi.com/2021/07/26/karakteristik-brand-community-skripsi-dan-tesis/>
- Lubis, T. A. (2021). Hedonic Value and Utilitarian Value on Product Purchasing Decision in Food Truck Business. *Proceedings of the 3rd Green Development International Conference (GDIC 2020)*, 205(Gdic 2020), 21–26.
<https://doi.org/10.2991/aer.k.210825.005>
- Maharani, I. G. . P., & Darma, G. S. (2018). Consumer Purchasing Behavior Analysis on Impulse Buying. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(3), 16–37.

- Małecka, M. (2020). The normative decision theory in economics: a philosophy of science perspective. The case of the expected utility theory. In *Journal of Economic Methodology* (Vol. 27, Issue 1).
<https://doi.org/10.1080/1350178X.2019.1640891>
- Masyuroh, E. Y. (2018). Prosiding Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology ISSN 2622 - 9404. *Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 499–517.
- Medcom. (2023). *7 Grup K-Pop dengan Penjualan Album Terbanyak Sepanjang Masa*.
<https://www.medcom.id/hiburan/musik/wkBjE4Dk-7-grup-k-pop-dengan-penjualan-album-terbanyak-sepanjang-masa>
- Merahputih.com. (2021). *Dapat Cuan dari Koleksi Photocard K-Pop*.
<https://merahputih.com/post/read/dapat-cuan-dari-koleksi-photocard-k-pop>
- Mills, M., Oghazi, P., Hultman, M., & Theotokis, A. (2022). The impact of brand communities on public and private brand loyalty: A field study in professional sports. *Journal of Business Research*, 144, 1077–1086.
https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296322001758?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=83eff5041a174ad9
- Narimawati, U., Sarwono, J., & Sarwono, J. (2022). Kajian Tentang Indeks Kecocokan Model Dalam Pemodelan Persamaan Struktural Berbasis Kovarian D Alam Lisrel Dan Amos Serta Berbasis Partial Least Square Dalam Pls Sem. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 20(2), 85–94. <https://doi.org/10.34010/miu.v20i2.9497>
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nurhalim, A. D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Tangerang. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 51–59.
<https://doi.org/10.37479/jeej.v5i1.15263>
- Nusaresearch. (2018). *Laporan Riset Grup K-Pop Tahun 2018*.
https://nusaresearch.net/public/news/863-Laporan_Riset_Grup_K-Pop_Tahun_2018.nsr
- Putri, C. P. (2022). *IDENTITAS SOSIAL PENGGEMAR K-POP (Studi Deskriptif Kualitatif Identitas Sosial K-Popers Kota Bandung)*.
- rctiplus. (2023). *6 Rekor Photocard Termahal Idol Kpop, Nomor 1 Tembus Rp.12 Juta*.
<https://www.rctiplus.com/news/detail/seleb/3679657/6-rekor-photocard-termahal->

idol-kpop--nomor-1-tembus-rp-12-juta

- Sabrina, H. (2018). Pengaruh Harga Dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy. *Jurnal PLANS : Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 114–120.
- Saekoko, A. N., Nyoko, A. E. L., & Fanggidae, R. P. C. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana). *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 49–64. <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2318>
- Simanjuntak, M., & Hamimi, U. K. (2019). Complaints Handling and Word-of-Mouth Communication Abstract. *Jurnal Ilmu Kel Dan Kons*, 12(1), 75–86.
- SM Global Shop. (2023). *No Title*. <https://smglobalshop.com/>
- Statista. (2019). *Pengeluaran Rata-rata Fans Kpop Global*. <https://public.flourish.studio/visualisation/3645515/>
- Szymkowiak, A., Gaczek, P., Jeganathan, K., & Kulawik, P. (2021). The impact of emotions on shopping behavior during epidemic. What a business can do to protect customers. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(1), 48–60. <https://doi.org/10.1002/cb.1853>
- Taylor, J., & Davis, A. (2018). Social cohesion. *The International Encyclopedia of Anthropology*, 30(September 2018), 409–425. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.30.012703.110625>
- Tempo.co. (2023). *10 Idol K-Pop dengan Followers Instagram Terbanyak 2023, Didominasi BLACKPINK dan BTS*. https://seleb.tempo.co/read/1727836/10-idol-k-pop-dengan-followers-instagram-terbanyak-2023-didominasi-blackpink-dan-bts#google_vignette
- tirto.id. (2022). *Lebih dari 16 Persen Fans K-Pop Pernah Jadi Korban Penipuan*. <https://tirto.id/lebih-dari-16-persen-fans-k-pop-pernah-jadi-korban-penipuan-gAzN>
- Weverse Shop. (2023). *No Title*. https://weverseshop.io/en/shop/GL_USD/artists/2/categories/175?page=4
- wowkeren.com. (2023). *SM telah menerbitkan lineup comeback/debut artis tentatif untuk sisa tahun 2023. Terungkap artis mana saja yang akan debut dan comeback dengan single, mini album, serta full album*. <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00487311.html>
- Yang, K., Kim, H. J. M., & Zimmerman, J. (2020). Emotional branding on fashion brand websites: harnessing the Pleasure-Arousal-Dominance (P-A-D) model. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 24(4), 555–570. <https://doi.org/10.1108/JFMM-03-2019-0055>
- Yujin, K., Jieun, L., & Miyoung, L. (2018). Purchasing Behavior of K-pop Idol Goods Consumers in Korea. *Journal of Fashion Business*, 22, 1–13.