

DAFTAR PUSTAKA

- Aakar. 2013. *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of A. Brand Name (Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek)*. Terj. Aris Ananda. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Abdullah, T., & Tantri, F. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Agustiani dan Fitra, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Santan Kelapa Sun Kara di Kabupaten Kebumen” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, Vol.4 No.5), hal. 655-665.
- Akbar, W., & Wulansari, S. 2022. Pandangan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Ekuitas Merek, Harga, Dan Distribusi Terhadap Trend Keputusan Pembelian Rokok Elektrik (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Palangka Raya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(2), 422-432.
- Al Ghozali, H. H. B., & Purwanto, A. B. 2019. Green product, saluran distribusi, dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 26(1).
- Anang, M. 2018. *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Ardhiza, A. R., Setianingsih, W. E., & Izzudin, A. 2023. Pengaruh Design Product, Personal Branding, Distribution, an Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Album *K-Pop* (studi kasus pembeli pada Weverse Shop). *Growth*, 21(1), 99-105.
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98-107.
- Ariella, I. R. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(2), 215-221. DOI: 10.37715.
- Arumsari. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Bad Bunny's Un Verano Sin Ti announced as winner of IFPI's Global Album Award*, IFPI, 24 Februari 2022, [fpi.org/bad-bunnys-un-verano-sin-ti-announced-as-winner-of-ifpis-global-album-award/](https://www.ifpi.org/bad-bunnys-un-verano-sin-ti-announced-as-winner-of-ifpis-global-album-award/) . Diakses pada 13 Mei 2023.

- Basu, Swastha. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Liberty.
- Chaffey, Dave & Fiona Ellis Chadwick. 2016. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Sixth Edition*. United Kingdom: Pearson.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. 2020. *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding*. Depok: Depok Rajawali Pers.
- Cheol-min, S. 2016. *K-Pop Beyond Asia* (Vol. 12). 길잡이미디어.
- Circle Chart Korea “Album Chart” circlechart.kr/page_chart/album.circle. diakses pada 14 Mei 2023.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global RCI.
- Daniel, J. 2011. *Sampling Essentials: Practical Guidelines for Making Sampling Choices*. UK: Sage Publications.
- Darma, Budi. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Departemen Agama RI. t.t.p. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Jakarta: PT. Kalim.
- Dhamayanti, S. K. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia: Pada PT. Pegadaian Di Jakarta. *Jurnal Portofolio: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 87-100.
- Dwifadhilah, A., & Hakim, L. N. 2021. Pengaruh Relationship Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Album *K-Pop* Treasure (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Album Treasure di Jakarta). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(5), 386-398. DOI: 10.31334.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1-10. DOI: 10.51804.
- Fahirra, H., & Andjarwati, A. L. 2022. Pengaruh Korean Wave dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Album Official BTS (Studi pada ARMY Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 148-159.
- Fenti Ruchyat, “Ini Makna dan Arti Mini Album Milik Boy Grup Stray Kids 'MAXIDENT'” dalam <https://jakartautara.pikiran-rakyat.com/> dikutip pada 8 Februari 2023.

- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, Vol.7 No.1.
- Gadi, O. Y. A., & Iskandar, D. A. 2020. Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan, Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Toko Dan+ Dan di Duta Harapan). *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 46-61. DOI: 10.31937.
- Genoveva, G., & Samukti, D. R. 2020. Green Marketing: Strengthen The Brand Image and Increase The Consumers' purchase Decision. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 367-384. DOI: 10.22441.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Haida, R., Sari, A., Bursan, R., & Nabila, N. I. 2022. Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Album Fisik Boy Group EXO di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 169-179.
- Harmani. 2008. Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Pasar Turi Baru Surabaya. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Sosial (JEB's)* 8(2).
- Hartini, S., & Fasa, M. I. 2022. Digital Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 197-206.
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. 2021. Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67-74. DOI: 10.38204.
- Haryono, Siswoyo. 2012. *Metode Penelitian Bisnis & Manajemen*. Bekasi: IPU.
- Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Heizer, Jay & Barry, Render. 2015. *Manajemen Operasi: Manajemen. Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, edisi 11*, Salemba Empat, Jakarta.
- Herlissha, N., & Fitari, T. 2021. Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli di Era Pandemi Covid 19. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 9(2), 47-59. DOI: 10.33019.
- Hidayati & Huriyah. 2018. *Manusia Indonesia, Alam, dan Sejarahnya*. Yogyakarta: K-Media.

- Indah, R. M., & Rachman, R. S. 2020. Pengaruh Personal Branding dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Kuantitatif BTS dan Album Love Yourself pada Fandomnya Army Bandung). *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 1(1), 65-79. DOI: 10.32897.
- Kayawati, L., & Kurnia, E. 2021. Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 3(03), 39-49.
- Keller & Swaminathan. 2011. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New York: Pearson.
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. 2021. Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di DIY. *Journal Competency of Business*, 5(1), 1-9. DOI: 10.47200.
- Kim, Y. J., Lee, J., & Lee, M. 2018. Purchasing behavior of K-Pop idol goods consumers in Korea. *Journal of Fashion Business*, 22(6), 1-13.
- Kotler and Amstrong. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kumbara, V. B. 2021. Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630. DOI: 10.31933.
- Kurniawan dan Zarah. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Loundon, D. L & Bitta, A, J. 2010. *Consumer Behaviour Concept and Application* (6th ed). Singapore: Mc Graw Hill.
- Mandey, J. B. 2013. Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4). DOI: 10.35794.
- Marini, S. 2019. Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Pada Minat Beli Kaos Kaki Champ. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 5(1), 125-134. DOI: 10.38204.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Munandar, D. 2023. The Role of Digital Marketing, Influencer Marketing and Electronic Word of Mouth (eWOM), on Online Purchase Decisions for Consumers of Private University Students in Bandung West Java. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1.2). DOI: 10.29099.
- Nadya Nurrahmah, “Penjualan Album *K-Pop* di Indonesia Meningkat” *Milenia News* 21 Januari 2023, <https://milenianews.com/2023/01/21/penjualan-album-K-Pop-di-indonesia-meningkat/>. Diakses pada 12 Mei 2023.
- Nurdin dan Hartati. 2019. *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurul, A., & Mulyowahyudi, A. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Distribusi, dan Citra Merek pada Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Quelle di Kota Cilegon. *PERWIRA-Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 2(1), 1-15. DOI: 10.21632.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widya. Gama Press.
- Purnamartha, E., Asifa, B., Ernawati, E., & Cicin, B. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Online Pada Penjualan Album *K-Pop*. *SNHRP*, 417–424. Dalam <https://snhrp.unipasby.ac.id/> dikutip pada 26 Desember 2022.
- Purwanto, A. 2022. How The Role of Digital Marketing and Brand Image on Food Product Purchase Decisions? An Empirical Study on Indonesian SMEs in the Digital Era. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(6), 34-41. DOI:10.7777.
- Purwoto, A. 2007. *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo.
- Rahmadhanty, A., & Jumhur, H. M. 2020. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Album Musik Korean Pop (studi Pada Penggemar Musik Korean Pop). *eProceedings of Management*, 7(3).
- Ramadaniati, R., Fitlya, R., & Lestari, W. 2022. Pengaruh Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian Album *K-Pop* di Era Covid-19. *Eksistensi*, 4(1).
- Ridayani, S. U., Alie, J., & Roswaty, R. 2021. The Effect of Sosial Media Marketing on Purchase Decision of *K-Pop* Idol Iz* One's Albums in Palembang. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 2(1), 27-34.
- Roslina. 2010. Citra Merek: Dimensi, Proses Serta Pengukurannya. *Jurnal Bisnis Manajemen* Vol.6 No.3.

- Sanjaya & Tarigan. 2009. *Creative Digital Marketing: Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif dan Berdaya Hasil Gemilang*. Jakarta: Media komputindo.
- Santoso, S. 2010. *Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. 2020. *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. 2020. Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsurya Mesindolestari. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2872-2894.
- Siregar, Syarifudin. 2005. *Statistik Terapan untuk Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Solihin, D., Ahyani, A., & Setiawan, R. 2021. The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variabels. *International Journal of Sosial Science and Business*, 5(2), 262-270. DOI: 10.23887.
- Sugiarto. 2006. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. 2017. Effect Of Product Quality, Perceived Price and Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand electronic Product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179-194. DOI:10.24912
- Syahrum dan Salim. 2012. *Metode penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Tambunan, E., & MM, S. 2019. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Farmasi Pada Kosmetik Wardah Di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. *Jurnal Ilmiah" INTEGRITAS*, 1(1), 41-57.
- Tegar, N. 2019. *Panduan Lengkap Manajemen Distribusi*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2011. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tommy Soesmanto, *K-Popnomics: How Indonesia and other nations can learn from Korean pop music industri*, 07 Desember 2018, theconversation.com/K-Popnomics-how-indonesia-and-other-nations-can-learn-from-korean-pop-music-industri-107229. Diakses pada 13 Mei 2023.

- Veronica, M., & Paramita, S. 2018. Eksploitasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album *K-Pop*. *Koneksi*, 2(2), 433-440.
- Visser, M., Sikkenga, B., & Berry, M. 2019. *Digital marketing fundamentals: From strategy to ROI*. Routledge. Netherland, Noordhoff Uitgevers.
- Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. 2019. How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177-193. DOI: 10.1504.
- Yoon Sang Geun, “스트레이키즈, 9월 14일 'IN生' 컴백. 마라맛 장르 잇는다[공식]”, dalam <https://www.starnewskorea.com> dikutip pada 25 Desember 2022.
- Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.