

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. S., & Yateno, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian pada Mebel Jati Ukir Hi. Slamet di Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(2), 8.
- Amanah, A. D., Pujiyanto, A., & Andayani, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Digital Marketing, dan Merchandise terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo pada NCTZEN Indonesia. *Jurnal Untag*, 1(1), 5.
- Ardhiza, A. R., Setianingsih, W. E., & Izzuddin, A. (2023). Pengaruh Design Product, Personal Branding, Distribution, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Album K-Pop (Studi Kasus Pembeli Pada Weverse Shop). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth*, 21(1), 7.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arum, D. N. (2006). *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSSI*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Fadia, N. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Produk Terhadap Keputusan Konsumen Generasi Milenial dalam Membeli Merchandise Korean Pop (Studi Kasus pada Grub Order Ethereal Jawa Timur. *Repository UIN Satu Tulungagung*.
- Febrianti, F., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Design Produk dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Album Fisik Musik K-Pop di Indonesia. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 13(2), 10.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gozali, H. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Merchandise K-Pop Melalui E-Commerce (Studi Pada Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di KLOSS Surabaya). *Jurnal Untag*, 1(1), 25.
- Hasan, J., Haryani, D. S., Armansyah, A., & Leindarita, B. (2023). *Manajemen Operasional*. Sumatera Barat: CV Azka Pustaka.

- Havidz, H. B. (2022). Effect of Price Perception and Service Quality on Purchase Decisions. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 3(4), 13.
- Ibrahim, A. (2023). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indonesia, K. A. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 7(2), 11.
- Iskandar, P. Z., & Zuliestiana, D. A. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Album Musik Dan Merchandise Kpop (Studi Pada Penggemar Musik Kpop). *Telkom Repository*, 8.
- Kim, Y. J., Lee, J., & Lee, M. (2018). Purchasing Behavior of K-pop Idol Goods Consumers in Korea. *Journal of Fashion Business*, 22(6), 13.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Latte, J., & Manan, A. (2022). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Inovatif*, 4(1), 10.
- Machfudz, M. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi*. Malang: Genius Media.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Maryati, M., & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 9.
- Mukaromah, A. L., Kusuma, I. G., & Anggraini, N. P. (2019). The Effect of Green Marketing, Brand Awareness and Price Perception on Purchase Decision. *International Journal of Applied Business & International Management*, 4(3), 9.
- Munandar, D. (2022). *Digital Marketing*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Muniarti, D. D., Ihwanudin, N., & Himayasari, N. D. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Kpop Fans Ditinjau dari Teori Konsumsi Al-Ghazali. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 2(2), 7.

- Nasution, M. D., Rossanty, Y., & Ario, F. (2018). *Basic Marketing dan Consumer Behavior*. Medan: One Circle.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, R., et al. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18(1), 13.
- Pangastuti, H., & Halik, A. (2022). Pengaruh Design Produk dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Album Fisik Musik K-Pop di Surabaya. *Jurnal Untag*, 1(1), 18.
- Prajnaparamita, C. X. (2023). Pengaruh Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Idola Melalui Minat Beli (Studi Kasus pada Komunitas ARMY Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 12(5), 18.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Ilham, A., Awaluddin, A., et al. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan Keputusan dan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa2022*, 1(4), 12.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, S. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tonce, Y., & Rangga, Y. D. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Tonce, Y., & Rangga, Y. D. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.

Usman, H., & Akbar, P. S. (2020). *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.