

DAFTAR PUSTAKA

- 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*.
- Barnawi, & Darajat, J. (2018). *Penelitian Fenomenologi Pendidikan* (N. Hidayah (ed.); Pertama). Ar-Ruzz Media.
- Ghazwani, S. A. (2019). Fanatisme Fandom A.R.M.Y (Adorable Representative M.C. For Youth) terhadap Boyband Korea Selatan, Bangtan Sonyeondan (BTS) di Surabaya. *Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 4, 2.
- Humairoh, & Hartono, D. (2022). Analisis Perilaku Belanja Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Marketplace Shopee Pada Masa New Normal (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Indonesia di Kota Tangerang). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2.
- Kamayanti, A. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi : Pengantar Religiositas Keilmuan* (A. D. Mulawarman (ed.); Revisi). Penerbit Peneleh.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); 13th ed.). Penerbit Erlangga.
- Moelong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nurani, R. I. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga Album Musik Kpop Terhadap Keputusan Pembelian Penggemar di D.I Yogyakarta*.
- Nurcholis, M. (2020). Studi Fenomenologi : Efektivitas Co-Branding Dan Fanatisme Sebagai Strategi Pemasaran Mcdonald's Pada Bts Meal. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian* (Amirullah

(ed.); 1st ed.). Media Nusa Creative.

- Pahlevi, R. (2022). *Penjualan Album KPOP Tembus Rekor Baru dalam 5 tahun*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/penjualan-album-fisik-k-pop-tembus-rekor-baru-dalam-5-tahun>
- Salsabila, Q., & Nurfadhilah, L. D. (2022). Analisis Konsumerisme Pasif Para Penggemar Fanatik Idol Grup Bts Di Kediri Dalam Pembelian Merchandise. *LoroNG: Media Pengkajian Sosial Budaya*, 11(1), 1–16.
- Sawhani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan* (D. K. Sawhani (ed.); Pertama). Scopindo Media Pustaka.
- Shrotriya, V. (2019). Time Value of Money: The Concept and its utility. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 6(1), 85–92. <https://www.researchgate.net/publication/337464889>
- Supriyanto, A. S., & Ekowati, S. A. (2019). *Riset Manajemen SDM* (Pertama). Intelegensia Media.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (A. Diana (ed.); Pertama). Penerbit ANDI.
- Wijaya, I. G. N. S., & Ekayasa, M. D. (2022). Perilaku Keputusan Pembelian Generasi Y dan Z Dalam Penggunaan E-Commerce Di Masa Pasca Pandemi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(2), 338–357.