

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A. Y. D., & Sulton, M. (2025). Pengaruh e-WOM dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk di Instagram Persela Store. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 426-435.
- Adha, S. (2022). Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: sebuah tinjauan literatur. *Jipis*, 31(2), 134-148.
- Ahn, Y., & Lee, J. (2024). The impact of online reviews on consumers' purchase intentions: Examining the social influence of online reviews, group similarity, and self-construal. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(2), 1060-1078.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Aripardono, H. W. (2020). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Online Marketplace Indonesia. *Teknika*, 9(1), 48-57.
- Apolo, M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 3847-3858.
- Basuki, A. T. (2015). Analisis Statistik Dengan SPSS. In *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Danisa Media.
- Ciptaningtyas, P., & Prasetyo, A. R. (2022). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian merchandise pada remaja penggemar grup k-pop NCT (neo culture technology) di indonesia. *Jurnal Empati*, 11(6), 381-385.
- Cristina, F. A., & Dwiarta, I. M. B. (2022). Electronic Word Of Mouth dan Social Influenced Yang Berpengaruh Terhadap Minat Pembelian Produk Makeover pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 3(2), 304-312.

- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal Of Student Research*, 1(5), 113-123.
- Dewi, A. S., Inayati, T., & Efendi, M. J. (2022). Pengaruh digital marketing, electronic word of mouth, dan lifestyle terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202-209.
- Dinningrum, R. F., & Satiti, N. L. U. (2022). The phenomenon of fandom consumption in k-pop commodity through the army community: Bangtan Sonyeondan fandom. *COMMICAST*, 3(1), 42-55.
- Edot.id. (2024, Maret 28). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia pada Awal 2024, Siapa Juaraanya? <https://edot.id/articles/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-pada-awal-2024-siapa-juaranya>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2002). *Perilaku konsumen* (ed. keenam jilid 2). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fadhilah, A. N., Nandang, N., & Rachmani, N. N. (2024). Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop Ditinjau dari Promosi Pada Online Shop Sunfloc di Media Sosial Twitter. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 7(2), 499-507.
- Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(2), 181-191.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5-23.
- Gunawan, C. M., Rahmania, L., & Kenang, I. H. (2023). The influence of social influence and peer influence on intention to purchase in e-commerce. *Review of Management and Entrepreneurship*, 7(1), 61-84.

- Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada depot mie pangsit Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1).
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Juliana, D., Susanto, B. F., & Yunita, I. (2025). PENGARUH TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI ERA INDUSTRI 4.0. *JURNAL MAHASISWA EKONOMI BISNIS*, 2(1).
- Kamal, K., Marjun, M., Badjamal, F. A., Pasigi, E. W. I., & Asrullah, A. (2024). PENGARUH SOCIAL INFLUENCE, SERVICE QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI BANUA STORE PALU. *Jurnal Ekonomi Trend*, 12(1), 1-10.
- Kumala, E. F., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). The Effect Of Using The K-Pop Idol Ambassador Brand And Company Brand Image On Purchase Decisions On The Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 6(1), 1-5.
- Kurniawan, D. (2024). BPS: Nilai konsumsi rumah tangga di DKI Jakarta tertinggi se-Indonesia. <https://voi.id/ekonomi/338451/bps-nilai-konsumsi-rumah-tangga-di-dki-jakarta-tertinggi-se-indonesia>
- Laffan, D. A. (2021). Positive psychosocial outcomes and fanship in K-pop fans: A social identity theory perspective. *Psychological Reports*, 124(5), 2272-2285.
- Laila, Z. N., & Roosdhani, M. R. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Decision Dengan Social Influence Dan Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi Pada Toko Lovable Hijab. *Efektor*, 12(1), 102-116.
- Liputan6.com. (2019, Maret 13). Menteri Bambang ingin bisnis e-commerce menysar ke luar Jawa. *Liputan6*.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3915604/menteri-bambang-ingin-bisnis-e-commerce-menysar-ke-luar-jawa>

- MANAN, K. A., Kamarolzaman, N. D., & Mustafa, N. H. M. (2022). Factors of Knowledge, Attitude, Friends, and Social Media that Influence The Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI) Students in Accepting K-Pop Culture. *Journal of Contemporary Issues in Media & Communication (JCIMC)*, 58-81.
- Nazilah, U. K. (2025). Analisis Pasar Digital: Dampak Teknologi Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 4(1), 37-48.
- Pamekas, G., Rimadiaz, S., & Saad, B. (2019). Determinan Faktor Impulse Buying Platform E-Commerce Determinant Factor Of Impulse Buying E-Commerce Platform. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan*, 6(1), 40-52.
- Pangkey, E., Massie, J., & Tumewu, F. (2023). THE IMPACT OF SOCIAL INFLUENCE, HEDONIC MOTIVATION AND HABIT ON USERS' INTENTION TO CONTINUE USING NETFLIX (CASE STUDY OF GEN-Z CONSUMERS IN MANADO). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 1170-1184.
- Park, M. S., Shin, J. K., & Ju, Y. (2019). Attachment styles and electronic word of mouth (e-WOM) adoption on social networking sites. *Journal of Business Research*, 99, 398-404. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.020>
- Pradana, M. P., Afriyenti, L. U., & Nasir, N. (2025). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN IMPULSIVE BUYING PADA PENGGEAR BOYBAND KOREA NCT. SOUL: Jurnal Ilmiah Psikologi, 17(1), 1-14.
- Prasetyo, E., & Nuryanto, I. (2024). Pengaruh FoMO, Social Influence dan Product Involvement terhadap Purchase Decision Produk Iphone di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 59-68.
- Pratiwi, C., Ratnaningtyas, A., & Adhandayani, A. (2022). Keputusan pembelian produk fashion secara online ditinjau dari motivasi emosional konsumen dewasa awal. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 20(2).

- Pudrianisa, S. L. G., Pangestu, A. G., Swandry, L., Adi, R. P., & Keddy, Y. W. (2023). Literasi Digital Marketing dan Pemanfaatan Marketplace Dalam Pengembangan Bisnis Online Pemuda Condongcatur. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 87-98.
- Repi, M. I., Mangindaan, J. V., & Keles, D. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji di KFC Tomohon. *Productivity*, 2(2), 158-162.
- Rizani, A., Norrahman, R. A., Harsono, I., Yahya, A. S., & Syifa, D. M. (2023). Efek Inflasi terhadap Daya Beli Masyarakat pada Tinjauan Ekonomi Makro. *Journal Of International Multidisciplinary Research* Vol, 1(2).
- Rohmah, F. N. (2022, Desember 30). Riset: Mayoritas responden sebut K-Pop bantu hilangkan stres. *Tirto.id*. <https://tirto.id/riset-mayoritas-responden-sebut-k-pop-bantu-hilangkan-stres-gAoq>
- Rohmah. (2023). 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>
- Rukmana, A. Y., Sono, M. G., Affifatusholihah, L., & Wulan, D. P. A. The Influence of Social Media Strategy, Customer Interaction, and Word of Mouth on E-commerce Purchase Intention.
- Rusdi, A. S., & Masrukin, W. R. (2023). Perilaku Konsumtif Kalangan Remaja Penggemar Korean Pop (K-Pop) di Bogor. *Jurnal Interaksi Sosiologi* Vol, 3(1).
- Salsabila. (2023). Fans K-pop Paling Royal, Rela Habiskan Rp142 Juta Demi Idola. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230925154329-33-475366/fans-k-pop-paling-royal-rela-habiskan-rp142-juta-demi-idola>
- Salsabila. (2023). Remaja Curi Uang Rp559 Juta Demi Merchandise K-Pop. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230309172820-33-420373/miris-remaja-curi-uang-rp559-juta-demi-merchandise-k-pop>
- Septokasya, M. F. (2024). The Influence of Consumer Reviews on Purchasing Decisions on Shopee E-Commerce, Indonesia. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(5), 118-128.

- Setiawardani, M., & Widanti, A. (2025). Antecedents of Electronic Word-of-Mouth (e-WOM) and Purchase Intention: The Moderating Role of Consumer Involvement. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 7(1), 114-125.
- Sholihah, S. M. A., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 2(2), 102-110.
- Sianipar, N. T. M., & Djamaluddin, S. (2023). Hubungan Literasi Digital dengan Keputusan Belanja Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2), 187-200.
- Similarweb. (2025). shopee.co.id Traffic Analytics & Market Share. Retrieved May 8, 2025, from <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id/#overview>
- Sinuraya, A. C., Iswiyanti, A. S., Wibowo, H. M., & Nengsih, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Equilibrium Point: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1).
- Soh, P. C. H., Chew, K. W., Koay, K. Y., & Ang, P. H. (2018). Parents vs peers' influence on teenagers' Internet addiction and risky online activities. *Telematics and informatics*, 35(1), 225-236.
- Sopian, V., Siega, S., Edsu, S., Fansyuri, R. G. T., & Taneddy, R. R. (2024). Pengaruh Social Influence Terhadap Minat Menggunakan Media Sosial Melalui Sikap Generasi Z di Kota Palembang. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(12).
- Trikdigital.com. (2025) Shopee vs Tokopedia vs TikTok Shop: Mana yang Paling Cuan untuk Jualan Online?. <https://www.trikdigital.com/2025/05/shopee-vs-tokopedia-vs-tiktok-shop-mana.html>
- Supriadi, Y. N., & Pramudito, F. (2025). Optimizing Purchasing Decisions Through Digital Marketing and Online Reviews: Consumer Trust as a Key Mediator. *Jambura Economic Education Journal*, 7(1), 127-139.

- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena budaya pop Korea pada remaja milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205-214.
- Wahyudi, N., & Kurniawan, R. (2019). Identifikasi Tempat Tinggal, Bekerja/Domisili Dan Tujuan Berlibur Penduduk Dengan Data Twitter. In *Seminar Nasional Official Statistics* (Vol. 2019, No. 1, pp. 1-6).
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0 – Edisi Indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

