

DAFTAR PUSTAKA

- Adisak, S. (2022). The influence of customer expectations, customer loyalty, customer satisfaction and customer brand loyalty on customer purchasing intentions: A case study of K-POP fans in Thailand. *African Journal of Business Management*, 16(1), 1–9. <https://doi.org/10.5897/ajbm2021.9321>
- Anwar, I. (2015). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).
- Apriasty, I., & Simbolon, M. E. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 135–145. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- Artati, D. A., & Kaharti, E. (2025). Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rokok Elektrik (VAPE). *Jurnal Ekuilnomi*, 7(1), 240–250. <https://doi.org/10.36985/ccw4cv70>
- Ayuningtyas, A. B., & Soepatini. (2026). Pengaruh Scarcity Terhadap Desirability Tiket Konser K-Pop Pada Gen Z: Peran Perceived Social Status, Uniqueness, Value. *Indonesian Journal of Digital Business*, 6(1), 3211–3232. <https://ejournal.upi.edu/index.php/IJDB>
- Bagwell, L. S., & Bernheim, B. D. (1996). Veblen Effects in a Theory of Conspicuous Consumption. *The America Economic Review*, 86(3), 349–373.
- Basmar, E., Tarigan, H., Trimurti, C. P., Sutrischastini, A. N., Widyaningsih, N., Renggo, Y. R., Gemina, D., Kohar, A., Laan, R., Zaena, R. R., Nugraheni, V., Ramompas, Y., Wenno, M., Syafruddin, Fadli, U. M. D., & Sudarijati. (2024). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Konsep, Teori, dan Dinamika Ekonomi)* (Hartini, Ed.). Penerbit Lakeisha.
- Bindra, S., Sharma, D., Parameswar, N., Dhir, S., & Paul, J. (2022). Bandwagon effect revisited: A systematic review to develop future research agenda. *Journal of Business Research*, 143, 305–317.
- Choiroh, C. U. (2024). *Konser NCT Dream di Jakarta: Menggerakkan Ekonomi Lokal, Menggairahkan Pariwisata, dan Menginspirasi Generasi Muda*.
- DyandraGlobal. (2025). *2025 NCT DREAM TOUR in JAKARTA*. Dyandradlobal.Com.
- Faisal, K. I. (2025). *Wamen Ekraf: Konser Internasional Jadi Ruang Aktivasi Ekraf dan Branding Indonesia*. Kementerian Ekonomi Kreatif.
- Fauzi, A., Andriani, V., Febrian, A. Z., Apriyana, G., Sella, B. S., Akbar, R. A., & Fadilah, M. F. (2023). PENGARUH MENINGKATNYA HARGA CABAI TERHADAP PERMINTAAN DAN PENAWARAN DI INDONESIA. *JAMAN: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 73–79.

- Fauzy, F. P., & Maranisya, U. (2024). Pengaruh Harga Tiket Dan Motivasi Dalam Keputusan Berkunjung Di Event Raisa Live In Concert. *Journal of Student Research*, 2(2), 174–177. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i2.2842>
- Fikriyyah, D., & Astuti, V. F. (2025). Pengaruh Brand Loyalty J-Hope Terhadap Keputusan Menonton Konser Hope On The Stage In Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11, 40–47.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics*.
- Harisnanda, R., Setiawan, W., & Sudarmanti, R. (2023). FENOMENOLOGI MINAT PEMBELIAN TIKET KONSER PASCA PANDEMI: WAR TICKET KONSER COLDPLAY JAKARTA TAHUN 2023 PHENOMENOLOGY OF POST-CONCERT TICKET PURCHASE INTEREST PANDEMI: JAKARTA COLDPLAY CONCERT WAR TICKETS IN 2023. *SIBATIK JOURNAL | VOLUME*, 2(9). <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i9.1329>
- Irhamni, M. A. F. (2024). *Survei Korean Wave: Indonesia Jadi Negara Pusat Hallyu dengan Antusiasme Budaya Korea Tertinggi di Dunia*. GoodStats.Id.
- Leba, E. E. (2023). *NCT Dream Menggebrak Indonesia*.
- Lumban Gaol, R. M., & Wahyudi, S. T. (2023). THE INFLUENCE OF THE BANDWAGON EFFECT, DIGITAL PAYMENT, AND INCOME ON PURCHASE DECISIONS FOR THE KOREAN WAVE ASSOCIATED PRODUCT. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 2(4), 646–658. <https://doi.org/10.21776/csefb.2023.02.4.8>
- Magrizos, S., Voutsas, M. C., & Kastanakis, M. N. (2026). On the Transformative Nature of Luxury Consumption and Consumer Well-Being: A Systematic Literature Review and Research Agenda. *Journal Psychology & Marketing*, 43(7), 1727–1757.
- Manalu, D., & Roshinta, J. (2021). PENGARUH GAYA HIDUP DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS COFFEEDI CENTER POINT MEDAN. *JISPOL: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1, 173–189.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Economics (8th ed.)*.
- Maxwell, A. (2014). Bandwagon Effect and Network Externalities in Market Demand. *Asian Journal of Management Research*, 4(3), 527–532.
- Mendrofa, K. J. (2025). *Pengelolaan dan Pemasaran Domain.ID* (D. Winarni, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Ministry of Culture, S. and T. (2024). *2024 Overseas Hallyu Survey Revealed 70% Korean Wave Experiencers View K-Content "Positively."* Mest.Go.Kr.
- Mulder, M., & Hitters, E. (2023). Constructing the Live Experience at Pop Music Concerts: A Phenomenological, Multi-method Study of Concertgoers. *An Interdisciplinary Journal*, 41(1), 36–58.

- Najwa, L., Iqbal, M., & Muslim, A. (2021). METODE PENELITIAN KEBIJAKAN PENDIDIKAN ALTERNATIF METODOLOGI DALAM PENYUSUNAN SKRIPSI (BAGIAN-2). *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 9(2), 34–43.
- Praundrianagari, S. B., & Cahyono, H. (2021). Pola Konsumsi Mahasiswa K-popers Yang Berhubungan Dengan Gaya Hidup K-pop Mahasiswa Surabaya. In *INDEPENDENT: Journal Of Economics* (Vol. 1, Number 2). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/independent>
- Putri, N. A., & Setiawan, J. H. (2025). Motivasi Konsumen dalam Pembelian Tiket Konser NCT: Studi pada Penggemar K-Pop di Indonesia. *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.29303/jseh.v11i1.734>
- Setyawan, A. R. (2025). *Mau Ngonser Tapi Kena Pajak?*
- Sibagariang, M. T., Matoati, R., & Sembiring, I. R. (2024). Effect of Price, Location, and Service Quality on K-Pop Concert Ticket Purchase Decisions in Jabodetabek. *The Management Journal of Binaniaga*, 9(02), 127–138. <https://doi.org/10.33062/mjb.v9i02.69>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.
- Titu, M. A., Darsana, I. M. D., Rahmadona, L., Ariani, Triyono, A., Masruha, Misno, Sinaga, H. R., Sastradinata, B. L. N., Ansar, & Hartono, M. (2023). *Pengantar Ilmu Ekonomi: XII* (M. A. Wardana, Ed.). Infes Media.
- Wardhana, A. (2024). *CONSUMER SATISFACTION IN THE DIGITAL EDGE-EDISI INDONESIA* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Yonhap. (2024). *Minimum Wage for 2025 surpasses 10,000 won for 1st time*.
- Yudistira, A. (2022). PENGARUH BANDWAGON EFFECT, VEBLEN EFFECT, DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(2), 1–14.
- Yuliana, D., Maharani, D., Hafsah, Supriadi, H., Yusrafli, M., & Malik, I. (2025). PENGARUH KOREAN WAVE (INDUSTRI HIBURAN) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FKIP, UNIVERSITAS MATARAM. *ScoEd Sasambo Journal*, 3(03), 71–76.