

REFERENCES

- Abdurrahman, A. (2007, July 16). *Kelahiran Girls' Generation dan Legenda di Balik Penciptaan K-Pop*. Tirto.Id. <https://tirto.id/kelahiran-girls-generation-dan-legenda-di-balik-penciptaan-k-pop-ctX4#top>
- Ahman, E., & Rohmana, Y. (2009). *Teori Ekonomi Mikro*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Aini, V. N. (2020). *Penghargaan Musik Di Korea Selatan Ini Diadakan Mingguan dan Tahunan, Apa Saja?* Gensindo. <https://gensindo.sindonews.com/read/262432/700/penghargaan-musik-di-korea-selatan-ini-diadakan-mingguan-dan-tahunan-apa-saja-1607508759>
- Alfatris, T. D., & Mahmud. (2014). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang)*. <http://eprints.dinus.ac.id/8701/>
- Ali, A. K. (2022). *Analisis Perubahan Pola Konsumsi Pada Muslim Penggemar K-Pop Di Kabupaten Banyumas : Perspektif Teori Konsumsi Islam* [Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri]. https://repository.uinsaizu.ac.id/16082/1/Amelia_Khaidar_Ali_Analisis_Perubahan_Pola_Konsumsi_pada_Muslim_Penggemar_K-Pop_di_Kabupaten_Banyumas_dalam_Perspektif_Teori_Konsumsi_Islam.pdf
- Amryyanti, R., Sukaatmadja, I. P. G., & Cahya, K. N. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada LnC Skin Care Singaraja. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Andina, A. N. (2013). *Minat Terhadap Musik Korea di Kalangan Remaja di Yogyakarta (Studi pada Penggemar K-Pop di Daerah Sleman)*. Universitas Negeri Yogyakarta. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/16965%0A>
- Angelina, T., & Noviana, R. (2020). *Million Seller, Titel Prestisius di Industri K-pop*. VOI. <https://voi.id/bernas/19640/i-million-seller-i-titel-prestisius-di-industri-k-pop>
- Aslamiyah, M. (2013). Identitas Diri Mahasiswa Penyuka Budaya Pop Korea di Malang. *ETheses UIN Malang*, 16–57.
- Bruner, R. (2020). *BTS: TIME's Entertainer of the Year 2020 | Time*. TIME. <https://time.com/entertainer-of-the-year-2020-bts>
- Cayaban, C. J. G., Prasetyo, Y. T., Persada, S. F., Mariñas, K. A., Nadlifatin, R., Borres, R. D., & Gumasing, M. J. J. (2023). Factors Affecting Filipino

- Consumer Behavior with Korean Products and Services: An Extended Theory of Planned Behavior Approach. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054477>
- Chalid, N. (2011). Fungsi Impor dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Universitas Riau*, 19(2).
- CNN Indonesia. (2019). *Pedagang Album K-Pop Akui Tak Terpengaruh Bea Impor Baru*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20191224171839-227-459691/pedagang-album-k-pop-akui-tak-terpengaruh-bea-impor-baru>
- Cockrill, A., & Goode, M. M. H. (2010). Perceived Price Fairness and Price Decay in the DVD market. *Journal of Product and Brand Management*, 19(5), 367–374. <https://doi.org/10.1108/10610421011068603>
- Danil, M. (2013). Pengaruh Pendapatan terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen. *Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, 6(7), 33–41. <https://www.scribd.com/doc/140412594/Jurnal-PENGARUH-PENDAPATAN-TERHADAP-TINGKAT-KONSUMSI-PADA-PEGAWAI-NEGERI-SIPIL-DI-KANTOR-BUPATI-KABUPATEN-BIREUEN>
- Davies, C., Page, B., Driesener, C., Anesbury, Z., Yang, S., & Bruwer, J. (2022). The Power of Nostalgia: Age and Preference for Popular Music. *Marketing Letters*, 33(4), 681–692. <https://doi.org/10.1007/s11002-022-09626-7>
- Depkes RI. (2009). *Sistem Kesehatan Nasional*. Departemen Kesehatan RI.
- Deyanputri, N. F. (2020). Pengaruh Kebijakan Penurunan Ambang Batas Pembebasan Bea Masuk Nilai Impor Barang Kiriman (De Minimis) terhadap Volume Impor Barang Kiriman Indonesia (PMK No 199/PMK.10/2019). *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 3(2), 149–159. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v3i2.1088>
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen / Edisi Pertama* (1st ed.). BPFE.
- Edy, I. T., Mauladi, K. F., & Efendi, Y. (2020). Analisis Faktor Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik pada Ud. Dewi Sri Elektronik Lamongan. *Media Mahardhika*, 19(1), 124–129. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i1.203>
- Fany, Rauf, D. B., & Dianrama, L. (2022). *The K-pop Fans Economy: Emotional Bond, Endless Support and Overconsumption*. TFR. <https://tfr.news/articles/2022/2/10/the-k-pop-fans-economy-emotional-bond-endless-support-and-overconsumption>
- Febianti, Y. N. (2014). Permintaan dalam Ekonomi Mikro. *Edunomic*. <https://media.neliti.com/media/publications/271657-permintaan-dalam-ekonomi-mikro-9ad80137.pdf>

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariant dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Valuta*, 2(2), 286–303.
- 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. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.16526>
- Hakim, L., & Saefuddin, A. (2022). *Introduction to Machine Learning Using R Konsep, Teori, dan Praktik*. IPB Press.
- Harismi, A. (2020, April 24). *Klasifikasi Umur Menurut WHO dan Masalah kesehatannya*. SehatQ. <https://www.sehatq.com/artikel/risiko-penyakit-berdasarkan-klasifikasi-umur-menurut-who>
- Hasoloan, J. (2013). Peranan Perdagangan Internasional dalam Produktifitas dan Perekonomian. *Jurnal Ilmiah Pend. Ekonomi*, 1(2), 102–112. <https://media.neliti.com/media/publications/271659-peranan-perdagangan-internasional-dalam-71f683a0.pdf>
- Hidayati, S. (2019). *Modul Utuh Teori Ekonomi Mikro* (S. Anwar & U. Al Faruq (eds.); Issue 1). Unpam Press. www.unpam.ac.id
- Huh, C.-G. (Chungnam N. U., Jie, W. (Chungnam N. U., & Sun, F. (Chungnam N. U. (2016). Do Hallyu (Korean Wave) Exports Promote Korea's Consumption Goods Exports? *Emerging Markets Finance and Trade*, June, 1388–1404.
- i.said.hi. (2013). *EXO Breaks 12-Year Drought, "XOXO" Becomes Million Seller*. Soompi. <https://www.soompi.com/article/564421wpp/exo-breaks-12-year-drought-xoxo-becomes-million-seller>
- Indarto, S., & Ayu, S. (2011). Pengaruh Partisipasi Dalam Penyusunan Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Perusahaan Melalui Kecukupan Anggaran, Komitmen Organisasi, Komitmen Tujuan Anggaran, Dan Job Relevant Information (JRI). *Seri Kajian Ilmiah*, 14(1).
- Irena, J., Putera, M. A., & Gunadi, W. (2023). Factors that Influence Indonesian K-Pop Fans Willingness to Pay in Purchasing K-Pop Physical Album. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 3239–3250. <https://doi.org/10.46254/an12.202205>
- 86
- Iskandar, P. Z., & Zuliestiana, D. A. (2021). Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen

- terhadap Keputusan Pembelian Album Musik atau Merchandise Kpop (Studi pada Penggemar Musik Kpop). *EProceedings of Management*, 8(3). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14930>
- Janitra, I. M. D. P., & Pramudana, K. A. S. (2016). Pengaruh Variabel Demografi Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau Philips LED di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 5(8), 5013–5040.
- Jung, H. S. (2006). The Effects of Consumer's Perception of Korean Wave (Hallyu) on Korean Product Purchase and Country Image in Chinese Market. *Journal of Consumer Studies*, 17(3), 79–101.
- Jung, J., & Kim, H. (2022). *K-pop Album Exports Hit Record-High USD 220M Last Year*. Korea.Net. <https://www.korea.net/NewsFocus/Business/view?articleId=209495>
- Kaharidoni, A. P., & Anggraini, Y. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar Kpop Di Kalangan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Iain Ponorogo Angkatan 2018 (Perspektif Maqashid Syariah). *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 139–156. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.736>
- Khan, S., & Maheshwari, H. (2023). Impact of Celebrity Endorsement on Sales of Cosmetics. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 5(3), 1–9. <https://doi.org/10.52633/jms.v2i1.23>
- Khasan, U. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian White Coffe. *Cakrawala*, 12(2), 157–161. <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v12i2.271>
- Kim, M. S., & Park, Y. (2009). The Changing Pattern of Industrial Technology Linkage Structure of Korea: Did the ICT Industry Play a Role in the 1980s and 1990s? *Technological Forecasting and Social Change*, 76(5), 688–699. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2008.03.009>
- Kim, S. Y. (2017). *EXO Listed in Guinness World Records*. The Korea Herald. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20170831000862>
- 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. <https://doi.org/>
- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., & Saunders, J. (2005). *Principles of Marketing* (4th ed.). Pearson. <https://library.wbi.ac.id/repository/212.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I* (12th ed.). Erlangga.
- Kurniawaty, Y. (2022). Viktimisasi terhadap Korban Penipuan dengan Modus

- Penjualan Album K-POP. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.3570/http>
- Kustiawati, D., Irsyadah, L., Allayda Gayatri, M., Widya Arni, M., & Millati, S. (2022). Analisis Elastisitas Permintaan Terhadap Masalah Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Di Indonesia. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 79–86. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.502>
- Kusumawardhani, N. Q., & Yolanda, F. (2019). *K-Pop Hidupkan Kembali Penjualan CD dan Album Fisik*. Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/q0bv7z370/kpop-hidupkan-kembali-penjualan-cd-dan-album-fisik>
- Kwon, S. H., & Kim, J. (2014). The Cultural Industry Policies of The Korean Government and The Korean Wave. *International Journal of Cultural Policy*, 20(4), 422–439. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.829052>
- Lacher, K. T. (1989). Hedonic Consumption: Music As a Product. *ACR North American Advances*, NA-16. <https://www.acrwebsite.org/volumes/6932/volumes/v16/NA-16/full>
- Latmawati, Hia, Y. D., & Verawati, R. (2014). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Selera Konsumen terhadap Pembelian Ulang Beras Sipulau di Kerojongan 3 Pangian dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Toko Tuan Muda. *Jurnal Wiga*, 4.
- Lee, E. S. (2002). A Study of The Popular “Korean Wave” (韓流) in China. *The Journal of Literature and Film*, 3(2), 22–60.
- Lee, J. Y. (2009). Contesting the Digital Economy and Culture: Digital Technologies and the Transformation of Popular Music in Korea. *Inter-Asia Cultural Studies*, 10(4), 489–506. <https://doi.org/10.1080/14649370903166143>
- Lee, S., Illia, A., & Lawson-Body, A. (2011). Perceived Price Fairness of Dynamic Pricing. *Industrial Management & Data Systems*, 111(4), 531–550. <https://doi.org/10.1108/02635571111133533>
- Lee, W. (2015). The Effects of the Korean Wave (Hallyu) Star and Receiver Characteristics on T.V Drama Satisfaction and Intention to Revisit. *International Journal of U- and e-Service, Science and Technology*, 8(11), 347–356. <https://doi.org/10.14257/ijunesst.2015.8.11.34>
- Lintang Iswari, B. E. (2021). *K-Pop Influence from Perspective of Consumer Behavior : Analisis Studi Kasus Penggemar K-Pop Group dalam Keputusan Pembelian Official Merchandise*.
- Mahendra, M. M., & Ardani, I. G. A. K. S. (2015). Pengaruh Umur, Pendidikan Dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The

- Body Shop Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 442–456.
- Marbun, B. N. (2003). *Kamus Manajemen*. Pustaka Sinar Harapan.
- Meiryani. (2021). *Memahami Koefisien Determinasi dalam Regresi Linear*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>
- Melia, I. (2020a, August 3). *9 Jenis Album KPop yang Suka Bikin Para KPopers Bingung Membedakannya*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/ines-sela-melia-s/jenis-album-kpop-c1c2/9>
- Melia, I. (2020b, August 4). *Kihno 101: Digital Album ala Idol KPop yang Unik dan Keren. Punya?* IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/ines-sela-melia-s/kihno-album-kpop-c1c2/5>
- Mizfar, F., & Sinaga, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Kopi Instan. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 11(2), 175–180. <https://jurnal.uns.ac.id/sepa/article/view/14172/11790>
- Mulyadi. (2023). *Sistem Akuntansi, Edisi 4* (4th ed.). Penerbit Salemba. https://play.google.com/store/books/details/Sistem_Akuntansi_Edisi_4?id=f4ncEAAAQBAJ&gl=US
- Muzakky, M. M. (2020). *Pengaruh Budaya Pop Korea terhadap Eksistensi Kebudayaan Asli Indonesia di Kalangan Remaja Kota Tegal*. Scribd. <https://www.scribd.com/doc/235871611/Pengaruh-Budaya-Pop-Korea-Terhadap-Eksistensi-Kebudayaan-A asli-Indonesia-Di-Kalangan-Remaja-Kota-Tegal>
- Nadia, S. (2021). *Pengaruh Harga, Selera Konsumen, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung*. UIN SATU Tulungagung. <http://repo.uinsatu.ac.id/22321/>
- Nata, G. L., Sulistiawati, Ardelina, R., Sembiring, R. I. M. B., Apriyani, I., Hermawati, L., & Risnawati, E. (2022). Parasosial Korean Fandom dan Identitas Diri di Kalangan Remaja. *Buletin KPIN*, 8(18). <https://buletin.kpin.org/index.php/arsip-artikel/1119-parasosial-korean-fandom-dan-identitas-diri-di-kalangan-remaja>
- Nuraini, N., & Sari, I. K. (2018). *Album K-Pop: “Fandom Pride” dan Strategi Marketing Agensi*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparank-pop/album-k-pop-fandom-pride-dan-strategi-marketing-agensi/full>
- Pramantie, C., Sadino, A., & Ichsan, A. (2017). *Musik Era Digital dan Makin Langkanya Album Fisik*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparanhits/musik-era-digital-dan-makin-langkanya-album-fisik/full>

- Presiden Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Sekretariat Negara. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43920/uu-no-20-tahun-2003>
- Presiden Republik Indonesia. (2008). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 tahun 2008 tentang Wajib Belajar*. Sekretariat Negara. <https://www.bphn.go.id/data/documents/08pp047.pdf>
- Priyagus. (2016). Fungsi permintaan Marshallian (Marshallian demand function). *Forum Ekonomi*, 17(2), 59–66.
- Putri, I. P. (2017). *Pengaruh Harga Beli, Pendapatan Konsumen, Usia, Status dan Jarak Tempuh terhadap Pilihan Konsumen Membeli Sepeda Motor (Studi Kasus: Dua Desa di Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri)*. 1–11.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi) Edisi 3* (3rd ed.). Lembaga Penerbit Universitas Ekonomi Indonesia.
- Richart, P. S. W., & Meydiananwati, L. G. (2014). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Impor Barang Konsumsi di Indonesia. *E-Jurnal EP Unud*, 3(12), 613–623.
- Ro, C. (2020). *BTS and EXO: The Soft Power Roots of K-pop - BBC Culture*. BBC. <https://www.bbc.com/culture/article/20200309-the-soft-power-roots-of-k-pop>
- Rusydiana, A. S. (2009). Hubungan Perdagangan Internasional dan Industri Keuangan Syariah Di Indonesia. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 4(1), 47–60. <https://tifbr-tazkia.org/index.php/TIFBR/article/view/30>
- Salvatore, D. (2004). International Economics. In *Wiley*. <https://doi.org/10.4324/9781315662367-15>
- Santika, I. G. P. N. A. (2015). Hubungan Indeks Massa Tubuh (IMT) dan Umur terhadap Daya Tahan Umum (Kardiovaskuler) Mahasiswa Putra Semester II Kelas A Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan IKIP PGRI Bali Tahun 2014. *Jurnal Pendidikan Kesehatan Rekreasi*, 1, 42–47.
- Saputra, Y. A., & Djawoto. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Selera, Serta Brand Prestige terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Motor Honda Scoopy. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(2461–0593), 1–16.
- Sari, I. C., & Jamaan, A. (2014). Hallyu sebagai Fenomena Internasional. *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(1), 1–14.
- SBM, N. (2014). Pengaruh Pendidikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 29(2), 195–202. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/fe/article/view/229>
- Shin, H. (2009). Have You Ever Seen The Rain? And Who'll Stop The Rain?: The Globalizing Project of Korean Pop (K-pop). *Inter-Asia Cultural Studies*,

- 10(4), 507–523. <https://doi.org/10.1080/14649370903166150>
- Singadikerta, Z. (2021). *Krisis Finansial Asia di Korea Selatan dan Perkembangan Industri K-Pop*. Kumparan. <https://kumparan.com/muhamadzulfikar-singadikerta/krisis-finansial-asia-di-korea-selatan-dan-perkembangan-industri-k-pop-lvPowBLzwqx>
- Soediro, S. (2017). Hubungan Hukum dan Globalisasi: Upaya Mengantisipasi Dampak Negatifnya. *Jurnal Kosmik Hukum*, 17(1), 2–21.
- Soekartawi. (2002). *Faktor-Faktor Produksi*. Salemba.
- Soesmanto, T. (2018). *K-Popnomics: Bagaimana Indonesia dan Negara Lain Bisa Belajar dari Industri Musik Korea? The Conversation*. <https://theconversation.com/k-popnomics-bagaimana-indonesia-dan-negara-lain-bisa-belajar-dari-industri-musik-korea-107897>
- Sudrajat, F. (2018). *Mengenal Seo Taiji and Boys, Sang Pelopor Musik KPop Modern*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/fitriani-sudrajat/mengenal-seo-taiji-and-boys-sang-pelopor-musik-kpop-modern-c1c2/7>
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulkifly. (2020). *Konsep Psikologi Pendidikan*. <https://dosen.ung.ac.id/Sulkifly/home/2020/10/12/konsep-psikologi-pendidikan.html>
- Suparmoko. (1999). *Metode Penelitian Praktis (Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis)* (4th ed.). BPF.
- Suvittawat, A. (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(January), 1–9. <https://doi.org/10.5897/AJBM2021.9321>
- Syarifah, A. (2019). *NCT 127 Raih Penghargaan Khusus di Indonesia Television Award 2019*. Tirto.Id. <https://tirto.id/nct-127-raih-penghargaan-khusus-di-indonesia-television-award-2019-eiJD>
- Tilaar, H. A. R. (2004). *Paradigma Baru Pendidikan Nasional*. Rineka Cipta.
- Triadanti. (2019). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans K-pop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?* IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- Voo, J. (2022, August 6). *Birth Order Traits: Your Guide to Sibling Personality Differences*. Parents. <https://www.parents.com/baby/development/social/birth-order-and-personality/>

- Wang, H. (2015). Analysis on the Changes in Consumer Behavior and Marketing Countermeasure. *SHS Web of Conferences*, 17, 01007. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20151701007>
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital Penerbit CV. Eureka Media Aksara* (M. Pradana (ed.); Issue January). Eureka Media Aksara.
- Widjajanta, B. (2007). *Mengasah Kemampuan Ekonomi untuk SMA/MA* (A. Widyaningsih, H. Sofiyanto, & E. S. Sadikin (eds.)). Citra Praya.
- Zahra, S. (2019). Penggemar Budaya K-Pop (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya K-Pop pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya). *Journal Unair*.
- Zhang, Q., & Negus, K. (2020). East Asian Pop Music Idol Production and the Emergence of Data Fandom in China. *International Journal of Cultural Studies*, 23(4), 493–511. <https://doi.org/10.1177/1367877920904064>

