

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., & Biel, Alexander L. 2009. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. Inc.
- Ahmad, Hafiz Aziz., Andrew, Teguh Vicky., & Sihombing, Riama Maslan. 2017. Musik, Media, dan Karya: Perkembangan Infrastruktur Musik Bawah Tanah (Underground) di Bandung (1967-1997). *Patanjala*. 9(2). 293-308.
- Ahmad, Husein, & Rosyad, Udung Noor. 2017. Strategi Branding Band The Sigit dalam Memasarkan Karya Lagunya di Jejaring Sosial Myspace. *Prosiding Manajemen Komunikasi*. 3(1). 191-195
- Albarracin, Dolores, et al. 2005. *The Handbook of Attitudes*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Ananda, Aris. 2011. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Aprilia, Terry Luana. 2016. Pengaruh Brand Image Produk Apple terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Komunitas Instamarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*. 4(3). 421-431.
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 1999. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assyura, Pudji Ardinta. 2012. Pengaruh Brand Image Pond's terhadap Minat Khalayak Pond's Institute (Studi pada Khalayak Pond's Institute pada Bulan Juli-September 2011). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia. Jakarta
- Bahari, Nooryan. 2014. *Kritik Seni: Wacana, Apresiasi dan Kreasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmawan, Ahmad Hafizh. 2017. Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Distro pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang. Fakultas Psikologi. Universitas Maulana Malik Ibrahim. Malang.

- Djarumcoklat.com. (2014, 4 April). Peran Merchandise dalam Band Indie. Diakses pada 10 Maret 2020, dari <https://www.djarumcoklat.com/article/peran-merchandise-dalam-band-indie>.
- Djarmiko, Tjahjono, & Pradana, Rezza. 2016. Brand Image and Product Price: It's Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia Social and Behavioral Science*. 219. 221-227.
- Efendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ekayani, Rinta. 2015. Makna Fanatisme pada Remaja Laki-Laki Penggemar JKT 48. Fakultas Psikologi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Ferrinadewi, Erna. 2009. *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fishbein, Martin & Ajzen, Icek. 2015. *The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press.
- Fonarow, Wendy. 2006. *Empire of Dirt: The Aesthetics and Rituals of British Indie Music*. Connecticut: Wesleyan.
- Groome, David. 2014. *An Introduction to Cognitive Psychology: Process and Disorders*. New York: Psychology Press.
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hollows, Joanne. 2010. *Feminisme, Feminitas, dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jelasutra
- Huda, Nurul. 2020. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*. 2(1). 37-43.
- Idrus, M. 2009. *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- K.N., Ginanjar Indra., Supriyadi., & Wiyani, Wahyu. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa

- Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 4(1). 74-85.
- Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kim, Soochul. 2018. Now it's Indie: The Creative Turn of the Cultural Policy in the Korean Indie Music Scene. *International Communication Gazette*. 0(0). 1-16.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Littlejohn, Stephen & Foss, Karen A. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. California: SAGE Publications, Inc.
- Mardiastika, Ema. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas dan Persepsi Harga terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya terhadap Minat Menonton (Studi Kasus pada Penonton Bioskop Entertainment Plaza Semarang Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP Semarang). Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Martin-Iverson, Sean. 2012. Autonomous Youth? Independence and Precariousness in the Indonesian Underground Music Scene. *The Asia Pacific Journal of Anthropology*. 13(4). 382-397.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. Lawrence. 2003. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach*. Boston: Allyn and Bacon.
- Ratri, Lutiary Eka. 2007. Hubungan antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang. Fakultas Psikologi. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Rez, Idhar. 2008. *Music Record Indie Label*. Bandung: DAR! Mizan.
- Saleh, Hanna M. M. & Huda, Nurul. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Korporat terhadap Kepuasan Pengguna UPTP Kementerian Perdagangan RI. *Journal of Economics and Business Aseanomics*. 2(1). 52-68.
- Setiawan, Budi & Helsar L, Odrick. 2020. Pengaruh Persepsi Harga, Varian dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survey Persepsi Mahasiswa IBIK Bogor). Program Studi Manajemen. Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan. Bogor.
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Subana, M & Sudrajat. 2005. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. 2006. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pers UGM.
- Syamsudin, Muhammad Safri. 2020. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Loyalty terhadap Keputusan Pembelian Merchandise di Persebaya Store (Studi Kasus Konsumen di Waru Kab. Sidoarjo). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tompunu, Merna M. M. 2014. Analisis Motivasi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di KFC Bahu Mall Manado. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wang, Shuang. 2016. Music, Social Media and Public Pedagogy: Indie Music in the Post-Cantopop Epoch. *Asian Education and Development Studies*. 7(2). 42-52.

Widiawati, Annisaa. 2013. *Konstruksi Sosial Keterlibatan Perempuan dalam Musik Rock sebagai Bentuk Pemberontakan terhadap Budaya Patriarki di Surabaya*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Airlangga. Surabaya.

Wilson, Jerry S., & Blumenthal, Ira. 2008. *Managing Brand You*. New York: Amacom.

