

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf, S. O. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Cirebon: Insania.
- Adhi Kusumastuti, P. d. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Agus Wijaya, N. P. (2015). *Kepemimpinan Berkarakter*. Sidoarjo: Brilian Internasional.
- Ahmad Syaekhu, S. P. (2021). *Teori Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Alma, P. D. (2014). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alfabeta.
- Alshurideh, B. A. (2022). The role of digital marketing channels on consumer buying decisions through eWOM in the Jordanian markets. *International Journal of Data and Network Science*, Vol. 6, Issue 4.
- Amstrong, P. K. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 8 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Anjasari, V. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shoppe pada Mahasiswa Universitas Telkom Angkatan 2016.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran (Konsep dan Aplikasi di Era Digital)*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Yogyakarta: Deepublish.
- Atteya, A. M. (2020). The Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Decision Process in the Egyptian Market . *International Journal of Business and Management*, Vol. 15, No.7.
- Chesarani, D. (2021, April 19). *Sejarah Perkembangan Industri Musik di Indonesia*. Retrieved November 11, 2022, from kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/detychesarani9390/607d13d68ede48430a1196a2/sejarah-peerkembangan-industri-musik-di-indonesia-dari-era-piringan-hitam-hingga-era-digital>
- Dellyana, A. N. (2017). Integrated Marketing Communication for Gran. *Journal of Innovation, Business and Entrepreneurship*, Vol. 2, No. 1.
- Densa, E. P. (2016). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Keputusan Pembelian CD JKT48 di Bandung.

- Dimedjo, E. (2021, Januari 12). *Daftar 26 Member JKT48 Kena Rekturisasi Akibat Pandemi*. Retrieved November 11, 2022, from Tagar.id: <https://www.tagar.id/daftar-26-member-jkt48-kena-restrukturisasi-akibat-pandemi>
- Dr. Irene Silviani, M. d. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Dr. Sandu Siyoto, S. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Febriyanto, M. T. (2020). Exploring Youtube Marketing Communication: Brand awareness, brand image and purchase intention in the millennial generation. *Journal Cogent Business & Management*, Vol.7, Issue 1.
- Fedorko, R. B. (2018). Factors of Communication Mix on Social Media and Their Role in Forming Customer Experience and Brand Image. *Managemnet & Marketing Challenges for The Knowledge: Sciendo Journal*, Vol. 10, No. 2.
- Fox, A. (2020, Juli 7). *Dentsu Perusahaan Periklanan Di Jepang*. Retrieved November 9, 2022, from bbnz-live.com: <http://bbnz-live.com/dentsu-perusahaan-periklanan-di-jepang/>
- Geno, C. P. (2022). *Manajemen Merek*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Haudi, S. M. (2021). *Teknik Pengambilan Keputusan*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Helmi, M. R. (2019). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Universitas Telkom Terhadap Pengambilan Keputusan Perguruan Tinggi Pada Siswa Kelas XII.
- Hj. Nuraini Kemalasari Istiqamah SE., S. M. (2022). *Teori Pengambilan Keputusan (Pengambilan Keputusan Dalam Fungsi Manajemen)*. Kab. Deli Serdang: CV. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Ir. M. Iqbal Hasan, M. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Iskandar, P. Z. (2021). Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Album Musik atau Merchandise Kpop (Studi pada Penggemar Musik Kpop).
- Jati, G. B. (2021). Strategi Pemasaran Musisi Indie dalam Industri Musik Indonesia (Analisis terhadap Adhitia Sofyan). *Prologia*, Vol. 5, No.2.
- Keller, P. K. (2004). *Prinsip-Prinsip Manajemen. Edisi 7*. Jakarta: Salemba Empat.

- Keller, P. K. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Keller, P. K. (2012). *Marketing Management, 14th*. Person Education.
- Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kosasih, N. (2022). *Pengantar Manajemen*. Bogor: GUEPEDIA.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education.
- Kotler, P. (2014). *Principels of Marketing 15th*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- M.M., I. S. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Media, D. (n.d.). Retrieved November 9, 2022, from dentsumedia-network.com: <https://dentsumedia-network.com/works/jkt48/>
- Morissan, M. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Natio, S. I. (2020). Peran Public Relations Industri Musik dalam Membangun Reputasi (Analisis Terhadap DX Entertainment JKT48). *Jurnal Prologia*, Vol. 4, No.2.
- Nurjanah, P. (2022). Pengaruh Fnatisme dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Kpop (Studi Kaus Pada Komunitas Penggemar Grup Kpop SVT di DKI Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 2, No.3.
- Popi Maidika Fatma & Sigit Santosa, S. M. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise C-Corner Di PT Kereta Commuter Indonesia Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Vol. 9, No.2.
- Purba, A. R. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purba, B. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Pusparisa, Y. (2020, Desember 21). *Wajah Baru Industri Musik di Era Digital*. Retrieved November 11, 2022, from katadata.co.id: <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5fe021d22b87e/wajah-baru-industri-musik-di-era-digital>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Rizky, A. (2017). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indikome (Studi Kasus Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Gegerkalong Bandung Tahun 2017).
- Rohman, F. (2021, September 9). *Berikut Sejarah Singkat tentang JKT48 Group Pertama Di Indonesia*. Retrieved November 9, 2022, from [realitariau.com: https://riau.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-2122562313/berikut-sejarah-singkat-tentang-jkt48-idol-group-pertama-di-indonesia?page=3](https://riau.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-2122562313/berikut-sejarah-singkat-tentang-jkt48-idol-group-pertama-di-indonesia?page=3)
- Rusdi, G. B. (2021). Strategi Pemasaran Musisi Indie dalam Industri Musik Indonesia (Analisis terhadap Adhitia Sofyan). *Jurnal Prologia*, Vol. 5, No. 2.
- Sawmong, S. (2018). Integrated Marketing Communication Model for Creating Brand Loyalty to Japanese Cars in Thailand. *Journal of Business and Retail Management Research* , Vol. 13 Issue 1.
- SMcom3, T. (2022, Januari 17). *JKT48, Idol Grup Lokal yang Masih Eksis Sampai Saat Ini*. Retrieved November 9, 2022, from [SuaraMerdeka.com: https://www.suaramerdeka.com/hiburan/pr-042399224/jkt48-idol-grup-lokal-yang-masih-eksis-sampai-saat-ini](https://www.suaramerdeka.com/hiburan/pr-042399224/jkt48-idol-grup-lokal-yang-masih-eksis-sampai-saat-ini)
- Sriram K V, N. K. (2021). Sosial Media Advertisements and Their Influence on Consumer Purchase Intention. *Journal Cogent Business & Management*, Vol.8, Issue 1.
- Sudaryana, D. D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan kedua puluh*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Manajemen. Cetakan kedua*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Statistika Untuk Penelitian. Cetakan kedua puluh delapan*. Bandung: Alfabeta.
- Suhadang, K. (Edisi Revisi 2016). *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.

- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Syaiful Bahri. S.E., M. A. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis - Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Team, J. O. (2022). *Apa itu JKT48*. Retrieved November 9, 2022, from jkt48.com: <https://jkt48.com/about/jkt48?lang=id>
- Tengku Firli Musfar, S. M. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Yenni Aarfah, S. M. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Yuliantri, K. (2020). Kualitas Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT ABC. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, Vol. 18, No.1.