

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D., & Lestari, M. I. (2021). Pengaruh Regulasi Ambang Batas USD 3 Melalui E-Commerce Terhadap Minat Beli Produk Impor di Indonesia. Vol 2 (1).
- Anjarwi, A. W. (2021). Pajak Lalu Lintas Barang (Kepabeanan, Ekspor, Impor, dan Cukai). DEEPUBLISH.
- Apolo, M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk *Merchandise* KPOP.
- Arifiana, M. H. (2021). *Analisis Pengaruh Globalisasi Media, Budaya Populer, Tarif Impor, Tingkat Pendapatan, Dan Selera Terhadap Keputusan Konsumen*.
- Cahaya, Y. F., Narwastu, C. I., & Winarti, E. (2023). Keputusan Pembelian Tinjauan Endorsment Influencer dan Daya Tarik Melalui Hubungan Parasosial. CV. AA. Rizky.
- 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>
- Ekasanti, G. R., Asnawi, A., & Listyawati, L. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Album dan *Merchandise* K-Pop Pada Fanbase Netzen Sidoarjo. Vol. 2 No. 1.
- Fadiyatun Nabilah & Sri Yunanto. (2024). Pengaruh Korean Wave Sebagai Diplomasi Budaya Korea Selatan Terhadap Peningkatan Industri Kosmetik Di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Sosial Politik*, 2(1), 285–300. <https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v2i1.2571>
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). BAURAN PEMASARAN. DEEPUBLISH.
- Febriana, R., Izza, M., Muhtadi, N. A., & Arisnawati, N. F. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumtif Penggemar K-POP pada Peluang Usaha dan Pajak Bea Cukai di Indonesia. 2(1).
- Feriyanto, A. (2020). PERDAGANGAN INTERNASIONAL Kupas Tuntas Prosedur Ekspor Impor. Pustaka Baru Press.
- Ghozali, I. (2021). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26. Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.
- Iskandar, P. Z., & Zuliestiana, D. A. (n.d.). THE INFLUENCE OF CONSUMER BEHAVIOR ON PURCHASING DECISIONS OF MUSIC ALBUMS AND.
- Khalimi, & Prawira, D. (2022). HUKUM PAJAK DAN KEPABEANAN DI INDONESIA Konsep, Aplikasi Penegakan Hukum Pajak dan Kepabeanan (1st ed.). KENCANA.

- Lolonto, C. D. C., Isa, R. A., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli *Merchandise* Kpop (Studi Pada Penggemar Kpop Di Kota Gorontalo). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10466095>
- Maulidia, A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan pada pembelian *Merchandise* K-Pop melalui Group Order. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 1022. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1026>
- Nurjanah, P., & Ikhsan, N. E. (2022). PENGARUH FANATISME DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* KPOP (STUDI KASUS PADA KOMUNITAS PENGEMAR GRUP KPOP SVT DI DKI JAKARTA).
- PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 96 TAHUN 2023 (2023).
- PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 4 TAHUN 2025 (2025).
- PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 41/PMK.010/2022 (2022).
- PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 131 TAHUN 2024 (2024).
- Pongoh, I. A. J. R., Frederica, D., & Iskandar, D. (2023). PEMAHAMAN PENGEMAR KOREAN POP ATAS BEA MASUK PEMBELIAN *MERCHANDISE*. *Owner*, 7(2), 1765–1771. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1434>
- Prajnaparamita, C. X., & Khuzaini. (n.d.). PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* IDOLA MELALUI MINAT BELI.
- Putri K., Fourqoniah F. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN *SHOPPING EMOTION* SERTA PEMBELIAN IMPLUSIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* NCT.
- Qhairunisa, M. F., Wardhani, R. S., & Vehtasvili. (2023). PENGARUH PERUBAHAN TARIF PAJAK IMPOR ATAS PEMBERLAKUAN PMK.199/PMK.010/2019, PENETAPAN HARMONIZED SYSTEM, DAN PREFERENSI BELANJA SETELAH PERUBAHAN DE MINIMIS THRESHOLD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPORTIR.
- Rais R. R. (2023). IMPLIKASI PMK NO 96 TAHUN 2023 TERHADAP BISNIS IMPOR DAN EKSPOR DI INDONESIA
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, Muh. R. (2024). PENGANTAR ILMU MANAJEMEN PEMASARAN. Gita Lentera.
- Rinaldy, E., Ikhlas, D., & Utama. (2022). PERDAGANGAN INTERNASIONAL KONSEP & APLIKASI. Bumi Aksara.
- Sasana, L. P. W. (2019). Analisis Penerapan Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Atas Transaksi E-Commerce Pada Direktorat Jenderal Pajak. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 3(1), 50–66

- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). Manajemen Pemasaran. Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Soedjono, Kalangi, M. H. E., Prastyorini, J., & Kristiawati, I. (2023). KEPABEANAN, IMIGRASI, KARANTINA DAN LOGISTIK INTERNASIONAL. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Sugiyono. (2022). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. Alfabeta Bandung.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. PT Kimshafi Alung Cipta.