

DAFTAR PUSTAKA

E-Book:

A. Partanto, Pius dan Al Barry, M. Dahlan. (2001). Kamus Ilmiah Populer. Surabaya: Arkola.

Ardianto & Erdinaya, Lukiati Komala. (2004). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Arifin. 2011. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Basu Swastha dan Irawan. (2005). Asas-asas Marketing, Liberty. Yogyakarta.

Hasan, M. Iqbal. (2002). Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Mulyadi. (2010). Sistem Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.

Poerwadarminta, W.J.S. (2006). Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina Miftahul. (2005). Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Priyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Zifatama Publishing. Hal 118.

Riswandi, (2009). Ilmu Komunikasi (cetakan Pertama). Yogyakarta : Graha Ilmu.

Simpson, M., G. (2006). *Plant systematics*. London: Elsevier Academic Press Publivation.

Solomon, M. R. (2006). *Consumer behaviour: A European Perspective*. Pearson Education. Staed: McGraw Hill Professional.

Sugiyama, K. & Andree. (2011). *The dentsu way: secret of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. New York, United

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. (2014). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suryadi, Edi. (2019). Metode Penelitian Komunikasi (dengan pendekatan Kuantitatif). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Trihendradi, C. (2013). Step by Step IBM SPSS 21. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal Penelitian:

Aguiar, L. (2017). *Let the music play? Free streaming and its effects on digital music*

consumption. *Information Economics and Policy*, 41, 1-14.

Akmal Musyadat Cholil. (2020). *Brand Awareness Ideas*. Quadrant.

Alyami, Hamad S., Naser, Abdallah Y., Alyami, Mohammad H., Alharethi, Salem H., & Alyami, Abdullah M. (2022). Knowledge and Attitudes toward Autism Spectrum Disorder in Saudi Arabia. <https://www.mdpi.com/1660-4601/19/6/3648>.

Andaru, Ilman Mursid., Naryoso, Agus., Gono, Joyo Nur Suryanto. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan Lazada dan Daya Tarik *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/37007>.

Apolo dan Ancok, D. 2003. Hubungan antara Intensitas Menonton Tayangan Televisi Berisi Kekerasan, Persepsi terhadap Keharmonisan Keluarga, Jenis Kelamin, dan Tahap Perkembangan dengan Kecenderungan Agresivitas Remaja. *Sosiohumanika*. 16(3).

Arsyana, Leilaneranti. (2013). Pengaruh Intensitas Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Sekretariat Daerah Kabupaten. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan Lokal*, Volume II Edisi 1.

Ericsson, L. & Hakansson, E. (2005). Athletes as Celebrity Endorsers: Case Studies from Sweden. Lulea University of Technology, Sweden. <http://www.epubl.ltu.se>.

Loliwu, Gebrillia Dwijayanti. (2019). Pengaruh Tiktok Campaign Challenge Terhadap Loyalitas Penggemar dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi. <https://repository.uksw.edu>.

McGuire, W. J. 1985. Attitudes and Attitude Change, In: *Handbook of Social Psychology*. E. NY: Random House. Vol. 2. [https://www.scirp.org/\(S\(czeh2tfqyw2orz553k1w0r45\)\)/journal/paperinformation.aspx?paperid=82778](https://www.scirp.org/(S(czeh2tfqyw2orz553k1w0r45))/journal/paperinformation.aspx?paperid=82778).

Noviani, Dini., Pratiwi, Raenita., S. Silva., A, M. Benny., dan H, M. Aulia. (2020). Pengaruh Streaming Musik Terhadap Industri Musik di Indonesia. *Jurnal Bisnis Strategi*. Vol. 29 No. 1 Juli 2020, halaman 14 – 25 P-ISSN : 1410-1246, E-ISSN : 2580-1171.

Ramdhini, Via Carviola. (2020). Pengaruh Intensitas Menonton Video Youtube dan Kredibilitas Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian. <https://scriptura.petra.ac.id>.

S. Yollis Michdon Netti, Irwansyah. Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial. <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/1102/1268>.

Setiawati, Widya., Kosasih., dan Ratnasari, Ina. Pengaruh Iklan Instagram Stories dan Iklan Instagram Timeline Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2016 dan 2017. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id>.

Spotify & Kantar TNS Research. (2017). *The New Audio Study: Reaching The Spotify Listeners In Indonesia*. Spotify For Brand. Spotify & The Nielsen Company.

Sutanto, Fransiskus. (2019). Pengaruh dari Karakteristik Celebrity Endorser yang Meliputi Visibilitiy, Credibility, Attractiveness, dan Power Terhadap Minat Beli Produk Mister

Cheesy. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 4, Nomor 3, Agustus 2019.

Syafiatul Umma, Holilah. (2023). Studi Popularitas, Akseptabilitas, dan Elektabilitas Muhaimin Iskandar pada Pilpres 2024 di Kalangan Alumni Ponpes Mamba'ul Ma'arif Denanyar Jombang. Jurnal Review Politik (JRP) Volume 13, Number 1, June 2023, 89-123 ISSN: 2088-6241 (Printed); 2615-6504 (Online). <https://doi.org/10.15642/jrp.2023.13.1.89-123>.

Yuniar, G.S & Nurwidawati, D. (2013). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook dengan Pengungkapan Diri (Self Disclosure) pada Siswa-Siswi Kelas VIII SMP Negeri 26 Surabaya. Character, 02 (01). Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Semarang.

Internet:

<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/d5f4df496dd2cd1/isi-waktu-senggang-ini-kegiatan-yang-disukai-orang-indonesia>. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 03:00.

<https://databoks.katadata.co.id/-/statistik/74c0d3070ac7dd7/k-pop-belum-juara-asal-lagu-mana-yang-sering-diputar-streaming-oleh-gen-z-milenial-hingga-gen-x>. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 03:10.

<https://goodstats.id/article/melihat-preferensi-musik-orang-indonesia-genre-apa-yang-paling-digemari-ZT1GM>. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 03:15.

<https://travel.kompas.com/read/2023/09/01/150500827/penggemar-budaya-korea-di-indonesia-dinilai-tinggi-di-antara-26-negara>. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 03:30.

<https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/68d717ee2ea3308/twit-soal-k-pop-capai-75-miliar-dalam-setahun-terakhir>. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 03:45.

<https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 03:58.

<https://data.goodstats.id/statistic/girl-group-k-pop-paling-disukai-orang-indonesia-2023-A2Ttb>. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 04:11.

https://gensindo.sindonews.com/read/1174857/700/49-girl-group-k-pop-terpopuler-agustus-2023-newjeans-masih-terdepan-1691910539#goog_rewarded. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 04:26.

https://www.kpoppost-com.translate.goog/august-2023-top-50-kpop-girl-group-brand-reputation-rankings/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=id&x_tr_hl=id&x_tr_pto=tc. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 04:28.

<https://gensindo.sindonews.com/read/1174857/700/49-girl-group-k-pop-terpopuler-agustus-2023-newjeans-masih-terdepan-1691910539>. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 05:01.

<https://gensindo.sindonews.com/read/1179961/700/30-lagu-dan-album-k-pop-2023-paling-banyak-diputar-di-spotify-pada-hari-pertama-1692436090>. Diakses pada 28 Februari

2024. Pukul 05:12.

<https://gensindo.sindonews.com/read/1088763/700/20-lagu-k-pop-rilis-2023-yang-paling-banyak-didengar-di-spotify-1683201931>. Diakses pada 28 Februari 2024. Pukul 06:00.

<https://www.britannica.com/dictionary/popularity>. Diakses pada 1 Maret 2024. Pukul 01:04.

<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/7706>. Diakses pada 1 Maret 2024. Pukul 01.45.

<https://eprints.qut.edu.au/69794/>. Diakses pada 1 Maret 2024. Pukul 02:10.