



Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, dan *Bandwagon Effect* Terhadap Permintaan Tiket Konser K-Pop: Studi Kasus Konser *the Dream Show 4 in Jakarta*

Kayla Herdani Arminta¹, Dicky Iranto², Fitra Dila Lestari³

Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

*Email: kaylaherdani04@gmail.com

Diterima: 03-07-2026 | Disetujui: 09-07-2026 | Diterbitkan: 11-07-2026

ABSTRACT

This quantitative correlational study with a cross-sectional approach analyzes the phenomenon of high demand for K-Pop concert tickets in Jakarta despite financial barriers such as price spikes and limited income. Conducted from June 11 to 13, 2026, the study aims to examine the relationships among variables within the NCTzen population, which constitutes the target market for the Dream Show 4 concert in Jakarta. The sample was determined using "purposive sampling"; primary data was collected via an online questionnaire, while secondary data was obtained from official publications by the BPS, and news media. All respondents were women of working age in the Greater Jakarta area employed as lower-middle-class workers. Data analysis utilized descriptive statistics, instrument validation, and tests of classical assumptions. The results of the descriptive analysis revealed that the influence of the Bandwagon Effect was classified as low, while the level of ticket demand fell into the high category. This study concludes that price has a significant and direct effect on demand due to the Veblen Effect. Conversely, the income variable and the Bandwagon Effect do not have a significant impact. Ticket-purchasing decisions are driven by strong individual internal motivations for social status rather than environmental trends or income levels.

Keywords: K-Pop Concerts; Ticket Demand; Bandwagon Effect; Veblen Effect; Income; Price.

ABSTRAK

Penelitian kuantitatif korelasional dengan pendekatan *cross-sectional* ini menganalisis fenomena tingginya permintaan tiket konser K-Pop di Jakarta meskipun dihadapkan pada hambatan finansial berupa lonjakan harga dan keterbatasan pendapatan. Dilaksanakan pada 11 sampai dengan 13 Juni 2026, penelitian bertujuan menguji hubungan antarvariabel dengan populasi NCTzen yang menjadi target pasar konser NCT DREAM The Dream Show 4 in Jakarta. Sampel ditentukan melalui metode *purposive sampling*, di mana data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner daring (skala interval dikodekan dan skala Likert), sedangkan data sekunder diperoleh dari publikasi resmi kementerian, BPS, serta media berita. Karakteristik responden seluruhnya merupakan perempuan usia produktif di wilayah Jabodetabek yang berprofesi sebagai karyawan kelas menengah ke bawah. Analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji instrumen (validitas dan reliabilitas), serta uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas). Hasil analisis deskriptif mengungkapkan bahwa pengaruh *Bandwagon Effect* tergolong rendah, sementara tingkat permintaan tiket berada pada kategori tinggi. Penelitian ini

menyimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan berbanding lurus dengan permintaan akibat adanya *Veblen Effect*, di mana harga tinggi meningkatkan nilai prestise penggemar. Sebaliknya, variabel pendapatan dan *Bandwagon Effect* tidak berpengaruh signifikan. Keputusan pembelian tiket terbukti didorong oleh motivasi internal individu yang kuat demi eksistensi sosial, alih-alih sekadar mengikuti tren lingkungan atau besaran pendapatan.

Katakunci: Konser K-Pop; Permintaan Tiket; *Bandwagon Effect*; *Veblen Effect*; Pendapatan; Harga.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Arminta, K. H., Iranto, D., & Lestari, F. D. . (2026). Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Bandwagon Effect Terhadap Permintaan Tiket Konser K-Pop: Studi Kasus Konser the Dream Show 4 in Jakarta. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 4725-4734. <https://doi.org/10.63822/kqmm1161>

PENDAHULUAN

Tingginya antusiasme penggemar K-Pop di Jakarta menunjukkan bahwa kehadiran dalam sebuah konser bukan sekadar sarana hiburan, melainkan bagian dari identitas dan eksistensi sosial dalam komunitas. Kuatnya dorongan untuk terus terhubung secara sosial ini memicu terjadinya *Bandwagon Effect*, yang berpotensi mengubah pola permintaan ekonomi konvensional. Akibatnya, kurva permintaan tiket bergeser ke kanan dan tetap tinggi meskipun dihadapkan pada hambatan finansial, seperti lonjakan harga tiket akibat pajak dan biaya layanan, serta keterbatasan rata-rata pendapatan masyarakat (UMP). Penggemar cenderung tetap bersedia mengalokasikan dananya demi mendapatkan pengalaman kolektif tersebut.

Di sisi lain, berbagai penelitian terdahulu masih menunjukkan adanya hasil yang berbeda terkait faktor-faktor pendorong permintaan ini. Sebagian studi menemukan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiket, sementara studi lainnya menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan (Fauzy & Maranisa, 2024). Hal serupa juga terjadi pada variabel pendapatan yang dinilai tidak selalu relevan dengan niat beli penggemar (Adisak, 2022). Selain itu, kajian terdahulu mengenai *Bandwagon Effect* selama ini lebih banyak difokuskan pada produk konsumsi fisik atau barang tersier, dan belum banyak menyentuh ranah jasa hiburan spesifik seperti tiket konser K-Pop. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, pendapatan, dan *Bandwagon Effect* terhadap permintaan tiket konser K-Pop melalui studi kasus konser "The Dream Show 4 in Jakarta". Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ekonomi mikro terkait dinamika perilaku konsumen di industri hiburan. Sementara itu, secara praktis, temuan ini dirancang untuk memberikan rujukan strategis bagi promotor dalam penetapan harga tiket, mengedukasi penggemar dalam manajemen finansial, serta menjadi referensi akademis yang bermanfaat bagi institusi pendidikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan kuisisioner yang dilakukan pada tanggal 11 sampai dengan 13 Juni 2026. Jenis penelitian bersifat korelasi yang bertujuan menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel. Pendekatan yang digunakan adalah *cross-sectional*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh NCTzen (penggemar) yang memiliki minat serta menjadi target pasar dari konser NCT DREAM, yaitu *The Dream Show 4 in Jakarta*.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *Purposive Sampling*. Data primer diambil dari responden melalui kuisisioner yang sudah disebarakan secara daring. Skala pengukuran yang digunakan pada pengumpulan data primer ada dua, yaitu interval yang dikodekan dan skala likert. Data sekunder diperoleh dari publikasi resmi, yaitu Kementerian Ekonomi Kreatif, Kementerian Budaya, Olahraga, dan Turis Korea Selatan, Direktorat Jenderal Pajak, Badan Pusat Statistik, hingga berita terkait suasana konser K-Pop NCT DREAM yang dirilis oleh media Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan penelitian terdahulu yang sudah dipublikasikan dan tersedia di Google Scholar sebagai acuan.

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif untuk menyajikan gambaran umum data, yang kemudian dilanjutkan dengan uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas) untuk memastikan kelayakan

instrumen kuesioner. Agar model regresi yang digunakan dapat dipercaya dan memenuhi syarat statistik, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Pengujian ini mencakup uji normalitas uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Analisis data utama berfokus pada penerapan regresi linear berganda untuk memodelkan dan mengetahui pengaruh variabel independent yaitu Harga (X1), Pendapatan (X2), dan *Bandwagon Effect* (X3) terhadap variabel dependen berupa Permintaan Tiket Konser (Y). Evaluasi hipotesis dilakukan secara parsial melalui uji t, dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis karakteristik terhadap 420 responden pembeli tiket konser K-Pop *The Dream Show 4 in Jakarta* menunjukkan bahwa seluruh sampel didominasi oleh perempuan (100%), dengan mayoritas usia produktif berada pada rentang 23–27 tahun (40,7%). Berdasarkan aspek geografis dan ekonomi, sebagian besar responden berdomisili di wilayah Jabodetabek (36,2%), berstatus profesi sebagai karyawan (49,3%), serta memiliki tingkat pendapatan bulanan yang berpusat pada kategori di bawah Rp2.000.000 dan kisaran Rp2.200.000–Rp4.000.000 (masing-masing sebesar 28,3%). Selain itu, preferensi pembelian tiket menunjukkan kecenderungan alokasi pengeluaran yang tinggi, di mana mayoritas responden memilih kategori harga tiket berkisar antara Rp3.400.001 hingga Rp4.000.000 (29,5%). Analisis deskriptif yang menggunakan skala Likert lima poin yang diklasifikasikan ke dalam tiga rentang kategori (rendah, sedang, dan tinggi) menunjukkan adanya perbedaan yang kontras antara variabel *Bandwagon Effect* dan Permintaan Tiket Konser K-Pop. Variabel *Bandwagon Effect* mencatatkan skor rata-rata sebesar 2,15 yang tergolong dalam kategori rendah. Dan variabel Permintaan Tiket Konser K-Pop berada pada kategori tinggi dengan skor rata-rata mencapai 4,47.

Uji Kualitas

Uji kualitas data melalui analisis validitas terhadap instrumen variabel *Bandwagon Effect* (X3) dan Permintaan Tiket Konser K-Pop (Y) dengan sampel sebanyak 424 responden menghasilkan nilai R_{hitung} lebih besar dari nilai R_{tabel} , yaitu 0,095. Hasil olah data menggunakan SPSS 23.0 menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner pada kedua variabel tersebut dinyatakan valid karena memiliki nilai masing-masing sebesar 0,569 hingga 0,739 untuk variabel X3 dan 0,481 hingga 0,756 untuk variabel Y.

Uji Reliabilitas

Tabel 1 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Ket
<i>Bandwagon Effect</i> (X ₃)	0,821	9	Reliabel
Permintaan Tiket Konser K-Pop (Y)	0,824	9	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23.0, 2026

Hasil uji reliabilitas untuk variabel *Bandwagon Effect* dan Permintaan Tiket Konser K-pop. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan pada penelitian ini dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6.

Uji Normalitas

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		420
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.31614660
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.061
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23.0, 2026

Uji normalitas statistik berupa *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menghasilkan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.000 di mana nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan 0.05. Secara perhitungan Kolmogorov-Smirnov, data tidak terdistribusi dengan normal. Akan tetapi, penelitian ini menerapkan *Central Limit Theorem* (CLT) di mana apabila sampel yang digunakan dalam penelitian besar, lebih besar dari 30, maka data dianggap mendekati normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Harga (X_1)	0,801	1,248
Pendapatan (X_2)	0,805	1,243
Bandwagon Effect (X_3)	0,952	1,051

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23.0, 2026

Tolerance untuk seluruh variabel bebas memiliki nilai $> 0,1$ dengan variabel Harga sebagai X_1 bernilai 0.801, variabel Pendapatan sebagai X_2 memiliki nilai 0.805, dan variabel *Bandwagon Effect* sebagai X_3 memiliki nilai 0.951. Kemudian, nilai VIF seluruhnya memiliki nilai < 10 dengan variabel Harga (X_1) sebesar 1.248, Pendapatan (X_2) sebesar 1.243, dan *Bandwagon Effect* (X_3) sebesar 1.051.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.435	.523		8.476	.000
	Harga	-.078	.092	-.046	-.852	.395
	Pendapatan	-.007	.102	-.004	-.069	.945
	Bandwagon Effect	-.032	.019	-.085	-1.702	.089

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23.0, 2026

Terlihat bahwa variabel Harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0.395 dengan variabel Pendapatan nilai signifikansinya sebesar 0.945 dan Bandwagon Effect sebesar 0.089. Nilai signifikansi tersebut semuanya lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Gambar 3 Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.729	.935		40.372	.000
	Harga	.404	.164	.134	2.462	.014
	Pendapatan	-.149	.182	-.044	-.816	.415
	Bandwagon Effect	.061	.033	.090	1.814	.070

a. Dependent Variable: Permintaan Tiket

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23.0, 2026

Hasil Regresi linear berganda yaitu koefisien harga sebesar 0,404. Artinya, setiap kenaikan kategori harga tiket sebesar satu satuan, maka permintaan tiket konser k-pop akan meningkat sebesar 0.404 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Adapun koefisien pendapatan sebesar 0,149. Artinya, setiap kenaikan kategori pendapatan sebesar satu satuan, maka permintaan tiket konser K-Pop akan menurun sebesar 0,149 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dan koefisien *bandwagon effect* sebesar 0,061. Menjelaskan bahwa setiap terjadi kenaikan satu poin skor bandwagon effect, maka permintaan tiket konser K-Pop akan meningkat sebesar 0,061 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Uji Kelayakan Model

Gambar 4 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	156.627	3	52.209	2.782	.041 ^b
	Residual	7805.602	416	18.763		
	Total	7962.229	419			

a. Dependent Variable: Permintaan Tiket

b. Predictors: (Constant), Bandwagon Effect, Pendapatan, Harga

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23.0, 2026

Hasil Uji F pada tabel ANOVA di mana nilai Fhitung sebesar 2.782 dengan nilai signifikansi sebesar $0.041 < 0.05$. Artinya, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk memprediksi bagaimana pengaruh variabel Harga (X_1), Pendapatan (X_2), dan *Bandwagon Effect* (X_3) terhadap Permintaan Tiket konser K-Pop (Y).

Hasil Uji Hipotesis

Gambar 5 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	37.729	.935		.000
	Harga	.404	.164	.134	.014
	Pendapatan	-.149	.182	-.044	.415
	Bandwagon Effect	.061	.033	.090	.070

a. Dependent Variable: Permintaan Tiket

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23.0, 2026

Variabel harga (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,462 dengan nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$. Pada kondisi tersebut, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya, variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap permintaan tiket konser K-Pop. Adapun variabel pendapatan (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $-0,816$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,415 > 0,05$. Pada kondisi ini, H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya, variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap permintaan tiket konser K-Pop. Dan variabel *bandwagon effect* (X_3) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,814 dengan nilai signifikansi sebesar $0,070 > 0,05$. Pada kondisi ini, H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya, variabel *bandwagon effect* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap permintaan tiket konser K-Pop tersebut.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Gambar 4.1 Nilai R Square

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.140 ^a	.020	.013	4.33168

a. Predictors: (Constant), Bandwagon Effect, Pendapatan, Harga

b. Dependent Variable: Permintaan Tiket

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23.0, 2026

Nilai *R Square* sebesar 0,020. Artinya, Permintaan Tiket Konser K-Pop (Y) dipengaruhi oleh variabel Harga (X_1), Pendapatan (X_2), dan Bandwagon Effect (X_3) sebesar 2% dengan 98% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

KESIMPULAN

Penelitian mengenai permintaan tiket konser K-Pop (studi kasus The Dream Show 4 di Jakarta) menyimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan berbanding lurus dengan permintaan akibat adanya *Veblen Effect*, di mana harga tinggi justru meningkatkan permintaan karena dianggap memberikan nilai prestise bagi penggemar. Sebaliknya, variabel pendapatan dan *Bandwagon Effect* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan. Hal ini mengindikasikan bahwa para penggemar tetap memprioritaskan alokasi dananya untuk membeli tiket terlepas dari besaran pendapatan yang dimiliki, dan keputusan pembelian tersebut murni didorong oleh motivasi internal individu yang kuat alih-alih sekadar mengikuti tren atau dorongan dari lingkungan sosialnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisak, S. (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(1), 1–9. <https://doi.org/10.5897/ajbm2021.9321>
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12).
- Artati, D. A., & Kaharti, E. (2025). Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rokok Elektrik (VAPE). *Jurnal Ekuilnomi*, 7(1), 240–250. <https://doi.org/10.36985/ccw4cv70>
- Ayuningtyas, A. B., & Soepatini. (2026). Pengaruh Scarcity Terhadap Desirability Tiket Konser K-Pop Pada Gen Z: Peran Perceived Social Status, Uniqueness, Value. *Indonesian Journal of Digital Business*, 6(1), 3211–3232. <https://ejournal.upi.edu/index.php/IJDB>
- Bagwell, L. S., & Bernheim, B. D. (1996). Veblen Effects in a Theory of Conspicuous Consumption. *The America Economic Review*, 86(3), 349–373.
- Basmar, E., Tarigan, H., Trimurti, C. P., Sutrischastini, A. N., Widyaningsih, N., Renggo, Y. R., Gemina, D., Kohar, A., Laan, R., Zaena, R. R., Nugraheni, V., Ramompas, Y., Wenno, M., Syafruddin, Fadli, U. M. D., & Sudarijati. (2024). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Konsep, Teori, dan Dinamika Ekonomi)* (Hartini, Ed.). Penerbit Lakeisha.
- Bindra, S., Sharma, D., Parameswar, N., Dhir, S., & Paul, J. (2022). Bandwagon effect revisited: A systematic review to develop future research agenda. *Journal of Business Research*, 143, 305–317.
- Choiroh, C. U. (2024). *Konser NCT Dream di Jakarta: Menggerakkan Ekonomi Lokal, Menggairahkan Pariwisata, dan Menginspirasi Generasi Muda*.
- DyandraGlobal. (2025). *2025 NCT DREAM TOUR in JAKARTA*. Dyandradlobal.Com.
- Faisal, K. I. (2025). *Wamen Ekraf: Konser Internasional Jadi Ruang Aktivasi Ekraf dan Branding Indonesia*. Kementerian Ekonomi Kreatif.
- Fauzi, A., Andriani, V., Febrian, A. Z., Apriyana, G., Sella, B. S., Akbar, R. A., & Fadilah, M. F. (2023). Pengaruh Meningkatnya Harga Cabai Terhadap Permintaan dan Penawaran di Indonesia. *Jaman: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 73–79.

- Fauzy, F. P., & Maranisya, U. (2024). Pengaruh Harga Tiket Dan Motivasi Dalam Keputusan Berkunjung di Event Raisa Live in Concert. *Journal of Student Research*, 2(2), 174–177. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i2.2842>
- Fikriyyah, D., & Astuti, V. F. (2025). Pengaruh Brand Loyalty J-Hope Terhadap Keputusan Menonton Konser Hope on The Stage in Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11, 40–47.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics*.
- Harisnanda, R., Setiawan, W., & Sudarmanti, R. (2023). Fenomenologi Minat Pembelian Tiket Konser Pasca Pandemi: War Ticket Konser Coldplay Jakarta Tahun 2023 Phenomenology of Post-Concert Ticket Purchase Interest Pandemi: Jakarta Coldplay Concert War Tickets in 2023. *Sibatik Journal | Volume*, 2(9). <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i9.1329>
- Irhamni, M. A. F. (2024). *Survei Korean Wave: Indonesia Jadi Negara Pusat Hallyu dengan Antusiasme Budaya Korea Tertinggi di Dunia*. GoodStats.Id.
- Leba, E. E. (2023). *NCT Dream Menggebrak Indonesia*.
- Lumban Gaol, R. M., & Wahyudi, S. T. (2023). The Influence of the Bandwagon Effect, Digital Payment, and Income on Purchase Decisions for the Korean Wave Associated Product. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 2(4), 646–658. <https://doi.org/10.21776/csefb.2023.02.4.8>
- Manalu, D., & Roshinta, J. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffeedi Center Point Medan. *Jispol: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1, 173–189.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Economics (8th ed.)*.
- Maxwell, A. (2014). Bandwagon Effect and Network Externalities in Market Demand. *Asian Journal of Management Research*, 4(3), 527–532.
- Mendrofa, K. J. (2025). *Pengelolaan dan Pemasaran Domain.ID* (D. Winarni, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Ministry of Culture, S. and T. (2024). *2024 Overseas Hallyu Survey Revealed 70% Korean Wave Experiencers View K-Content "Positively."* Mcst.Go.Kr.
- Mulder, M., & Hitters, E. (2023). Constructing the Live Experience at Pop Music Concerts: A Phenomenological, Multi-method Study of Concertgoers. *An Interdisciplinary Journal*, 41(1), 36–58.
- Najwa, L., Iqbal, M., & Muslim, A. (2021). Metode Penelitian Kebijakan Pendidikan Alternatif Metodologi dalam Penyusunan Skripsi (Bagian-2). *Jurnal Visionary: Penelitian dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 9(2), 34–43.
- Praundrianagari, S. B., & Cahyono, H. (2021). Pola Konsumsi Mahasiswa K-popers Yang Berhubungan Dengan Gaya Hidup K-pop Mahasiswa Surabaya. In *INDEPENDENT: Journal Of Economics* (Vol. 1, Number 2). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/independent>
- Putri, N. A., & Setiawan, J. H. (2025). Motivasi Konsumen dalam Pembelian Tiket Konser NCT: Studi pada Penggemar K-Pop di Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.29303/jseh.v11i1.734>
- Sasambo Journal, S., Yuliana, D., Maharani, D., Supriadi, H., Yusraflia, M., & Malik, I. (2025). Pengaruh Korean Wave (Industri Hiburan) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fkip, Universitas Mataram. *ScoEd Sasambo Journal*, 3(03), 71–76.

- Setyawan, A. R. (2025). *Mau Ngonser Tapi Kena Pajak?*
- Sibagariang, M. T., Matoati, R., & Sembiring, I. R. (2024). Effect of Price, Location, and Service Quality on K-Pop Concert Ticket Purchase Decisions in Jabodetabek. *The Management Journal of Binaniaga*, 9(02), 127–138. <https://doi.org/10.33062/mjb.v9i02.69>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Titu, M. A., Darsana, I. M. D., Rahmadona, L., Ariani, Triyono, A., Masruha, Misno, Sinaga, H. R., Sastradinata, B. L. N., Ansar, & Hartono, M. (2023). *Pengantar Ilmu Ekonomi: XII* (M. A. Wardana, Ed.). Infes Media.
- Yonhap. (2024). *Minimum Wage for 2025 surpasses 10,000 won for 1st time*.
- Yudistira, A. (2022). Pengaruh Bandwagon Effect, Veblen Effect, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(2), 1–14.