

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, S. N. R., & Yunus, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Masyarakat Di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji Kota Makassar. *KYBERNOLOGY: Journal of Government Studies*, 4(2), 254–275. <https://doi.org/10.26618/kjgs.v4i2.16976>
- Ahdiat, A. (2024). *Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia Meningkat Usai Pandemi*. Databoks (Katadata Media Network). (<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/04/29/nilai-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia-meningkat-usai-pandemi>, diakses 2 Oktober 2025)
- Aini, A. S. N., Darpito, S. H., & Warsiki, A. Y. N. (2022). Pengaruh *Service quality* dan *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Loyalty* yang dimediasi *Customer Satisfaction*. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 577–592. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1533>
- Alfaruki, D., Mustofa, M. A., Faroji, R., Casilam, & Saifuddin. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki dengan Kepuasan Sebagai Intervening Variabel (Studi Kasus Lembaga Zakat Baitul Maal Hidayatullah). *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 1(1), 14–22. <https://doi.org/10.55182/jimp.v1i1.215>
- Amanathi, A., Setiawan, E., & Usman, M. (2023). Goodness Of Fit Test in Structural Equation Modeling with Unweighted Least Square (ULS) Estimation Method. *Journal of Statistics, Probability, and Its Application*, 1(2), 65–73. <https://doi.org/10.24127/sciencestatistics.v1i2.5021>
- Andriyani, V., Maro'ah, S., & Mauliddah, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Tissue “See U” Di Surabaya. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 69–76. <https://doi.org/10.30651/imp.v2i1.17131>
- Artika, N. R., Rapini, T., & Purwaningrum, T. (2023). The Relationship Between Service Quality, Trust, and Consumer Satisfaction on Consumer Loyalty. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 6(1), 161–170. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v6i1.949>
- Azizah, N., Oesman, I. F., Ramdan, A. T. M., & Prasetyo, W. G. (2026). Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian *Online* melalui *E - Trust* pada Produk Viva Cosmetics (Gen Z Kota Bandung). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 19206–19212. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5275>
- Azzahra, Z. N., Firmansyah, Wanji, M., Pasaribu, F., & Rahayu, S. (2025). The Influence of Word of Mouth and Brand Trust Marketing Strategis on Purchasing Decisions and Consumer Loyalty. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 6(1), 276–287.

<https://doi.org/10.3059/insis.v0i0.22733>

- Bauat, J., Esbieto, M. G., Salac, M.-L., & Agustin, N. (2025). *The Effectiveness of Loyalty Programs in Enhancing Customer Retention At Megasaver Cabanatuan City: Basis for Marketing Plan* (Master's thesis). Nueva Ecija University of Science and Technology. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5248269>
- Bernika, L., & Monika, A. K. (2024). Peran Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi dengan Analisis Tabel Input-Output. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 13(3), 249–271. <https://doi.org/10.52813/jei.v13i3.344>
- Cholifah, P. N., Puruwita, D., & Monoarfa, T. A. (2025). Pengaruh *Trust*, *Service Quality*, dan *Customer Satisfaction* dalam Membangun *Customer Loyalty* pada Pengguna Shopee di Jakarta. *Jurnal Ilmah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 540–556. <https://doi.org/10.61722/jemba.v2i4.1229>
- Chrisanta, A. E., & Rokhman, N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada *E-Commerce* Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 23–34. <https://doi.org/10.35917/cb.v3i1.300>
- Citra, S. (2024). *Profil Mecimapro, Promotor Konser Korea yang Sering Jadi Sorotan*. IDN TIMES. (<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/profil-mecimapro-00-dfnzv-mvrb0z>, diakses 20 Desember 2025)
- CNN Indonesia. (2025). *Konser DAY6 Pindah dari JIS ke Stadion Madya, Fan Minta Refund*. CNN Indonesia. (<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20250322130827-227-1211875/konser-day6-pindah-dari-jis-ke-stadion-madya-fan-minta-refund/1>, diakses 2 Oktober 2025)
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data Penelitian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423–5443. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.5181>
- Dzin, N. H. M., & Lay, Y. F. (2021). Validity and Reliability of Adapted Self-Efficacy Scales in Malaysian Context Using PLS-SEM Approach. *Education Sciences*, 11(676), 1–22. <https://doi.org/10.3390/educsci11110676>
- Elliyana, E., Lidiana, Agustina, T. S., Sedyoningsih, Y., Kadir, H., Abdurohim, Imanuddin, B., Ardyan, E. E., Yuliani, Marlinah, L., Mohdari, H., Gazali, H., Dwita, F., Rachman, S., & Bachtiar, N. K. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran* (Y. Umayana (ed.); 1st ed.). Malang: Ahlimedia Press. <https://ijemr.asia/index.php/ijemr/article/view/536>
- Erhan, T. P., & Bangun, C. R. A. (2024). Investigating the Impact of Event Experience on Satisfaction and Behavioural Intention of Music Event Audiences. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 18(1), 56–70. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2024.v18.i01.p05>
- Fajarini, A., & Meria, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap

- Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty INC). *Jurnal Civitas Academica Ekonomi*, 1(2), 481–491. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/99>
- Fakhrudin, A. (2022). Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Kuliah Penerbangan di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 110–121. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i1.577>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)* (1st ed.). Sleman: 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. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 212–221. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/894>
- Fernanda, J. W., Luthifiana, V., & Akhyar, M. K. (2022). Analisis *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM) untuk Pemodelan Penerimaan Sistem Jaringan Informasi Bersama Antar Sekolah (JIBAS). *Jurnal Statistika*, 15(2), 292–297. <https://doi.org/10.36456/jstat.vol15.no2.a6436>
- Firdaus, M., Aisyah, S., & Farida, E. (2023). Pengaruh *Customer Review*, *Customer Rating*, dan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan di *Online Shop* Shopee. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 67–83. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.874>
- Giovanni, M. D., & Yani, D. A. (2025). Analisa Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Skincare pada *Marketplace* Shopee. *J-CEKI:Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 806–820. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i3.7857>
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in Second Language and Education Research : Guidelines Using an Applied Example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Hamid, R. S., Ariasih, M. P., Suarniki, N. N., Purwoko, Nurchayati, Tarmizi, A., Efdison, Z., Pasaribu, A. W., Fitriya, S., Solihin, A., Budaya, I., & Vitaloka, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern* (Efitra (ed.); 1st ed.). Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hanaysha, J. R., Ramadan, H. I., & Alhyasat, K. M. K. (2025). Exploring The Impact of Customer Reviews, Website Quality, Perceived Service Quality, and Product Assortment on Online Purchase Intention : The Mediating Role of Trust. *Telematics and Informatics Reports*, 19(August), 100236. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2025.100236>
- Harsono, B. (2021). Membangun Loyalitas Pelanggan Provider Internet melalui Peningkatan Dimensi Pelayanan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION:*

- Economic, Accounting, Management and Business*, 4(2), 331–340.
<https://doi.org/10.37481/sjr.v4i2.284>
- Haykal, A. P., Febrilia, I., & Monoarfa, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja *Online*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 17–35.
<https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.02>
- Hendriyani, I. G. A. D. (2024). *Siaran Pers: Menparekraf: Ekonomi Kreatif Indonesia Harus Semakin Inklusif*. (<https://www.kemenpar.go.id/kebijakan/siaran-pers-menparekraf-ekonomi-kreatif-indonesia-harus-semakin-inklusif>, diakses 2 Oktober 2025)
- Hidayat, M. A., Rasyid, A., & Pasolo, F. (2024). Service Quality on Customer Loyalty: Mediation of Customer Satisfaction. *Advances in Business & Industrial Marketing Research*, 2(3), 150–163.
<https://doi.org/10.60079/abim.v2i3.158>
- Hidayatullah, R. (2021). Komunikasi Musikal dalam Konser “Musik Untuk Republik.” *Tonika: Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Seni*, 4(2), 145–160.
<https://doi.org/10.37368/tonika.v4i2.254>
- Irawan, D. Y., Muhammad, I., & Susanto, I. (2025). Pengaruh *Online Customer Rating*, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi *Online Maxim* dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 1934–1952. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1555>
- Jatlan, N. R., Hidayah, R. N. N., Haya, A. F., Zahidah, F. K., & Setyaningrum, R. P. (2025). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Customer Trust* terhadap *Repurchase Intention* pada Produk Skintific di Daerah Tambun Selatan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(3), 1–12.
<https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2613>
- Jr., J. F. H., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Cham: Springer Nature Switzerland AG.
- JYP Entertainment. (n.d.). *Profile DAY6*. DAY6 Official Website. (<https://day6.jype.com/>, diakses 2 Oktober 2025)
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagulung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42.
<https://doi.org/10.47709/jumansi.v5i1.2210>
- Kheir, Z. R., & Abrian, Y. (2024). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar menggunakan *Online Travel Agent* di Hotel Pangeran Beach : Peran *Customer Trust* Sebagai Mediasi. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Kontemporer*, 02(02), 130–138.

<https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jkph/article/view/1691>

- Khodijah, S., Puruwita, D., & Fidhyallah, N. F. (2025). Pengaruh *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* pada Produk Skincare di Platform Tiktok. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan HUMANIORA*, 4(4), 5909–5921. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9548>
- Kusumaningrum, D. N., Prasetya, D. M., & Wibowo, N. F. S. (2024). Unveiling Creative Economy Resilience in Indonesia amidst the Global Pandemic. *Innovation in the Social Sciences*, 2(1), 86–118. <https://doi.org/10.1163/27730611-bja10022>
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, Aman, & Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. Herman (ed.); 1st ed.). Depok: Strategy Cita Semesta.
- Likty, M. T., & Singagerda, F. S. (2025). Faktor *Customer Review* dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Shopee. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen (JAKMAN)*, 6(2), 497–508. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i2.3981>
- Lutfiana, S. W., & Muniroh. (2025). Pengaruh *Customer Online Review*, *Discount*, *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* secara *Online* di Shopee dengan *Trust* sebagai Variabel Mediasi. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1), 3566–3584. <https://doi.org/10.56799/jceki.v5i1.12141>
- Mambu, T. R., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. . (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi *E-Commerce* Shopee di Kota Tondano. *Productivity*, 2(1), 79–84. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/32942>
- Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Rambe, M. T., Raflina, R., Adnan, Y., Abdurohim, Adha, S., Fajar, F., Pujilestari, S., Mulyana, I. K. E., & Widiati, E. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar dan Strategi)* (Fachrurazi (ed.); 1st ed.). Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Mardhiyah, Dinilhaq, N. A., Amelia, Y., Arini, A., Hidayatullah, R., & Harmonedi. (2025). Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Memahami Perbedaan, Implikasi, dan Strategi Pemilihan yang Tepat. *Katalis Pendidikan: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Matematika*, 2(2), 208–218. <https://doi.org/10.62383/katalis.v2i2.1670>
- Mecimapro. (2020). *About Us - Mecimapro*. Mecimapro. (<https://mecimapro.com/about-us/>, diakses 2 Oktober 2025)
- Mecimapro. (2025). *Laman Instagram Mecimapro*. Instagram Mecimapro. (<https://www.instagram.com/mecimapro/>, diakses 20 Desember 2025)
- Muhamad, N. (2025). *Genre Musik Favorit Konsumen Indonesia Pertengahan 2025*. Databoks (Katadata Media Network).

(<https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/6887502952d4b/genre-musik-favorit-konsumen-indonesia-pertengahan-2025>, diakses 2 Oktober 2025)

- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention* dengan *Trust* sebagai Intervening pada Toko *Online Bukalapak* di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173-194. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Myftaraj, E., & Trebicka, B. (2023). Analyzing The Impact of Loyalty Card Programs on Customer Behavior : Insights from The Albanian Market. *F1000 Research*, 12(1028), 1–29. <https://doi.org/10.12688/f1000research.138185.3>
- Nabila, I. (2024). *Festival Musik Indonesia dan Musisi Lokal Berpeluang Menggaet Pengunjung Mancanegara*. Universitas Airlangga. (<https://unair.ac.id/festival-musik-indonesia-dan-musisi-lokal-berpeluang-menggaet-pengunjung-mancanegara/>, diakses 2 Oktober 2025)
- Nadeak, J. M. F., Putri, D. D., Gunawan, A. A., Gunawan, A., Fauziah, S., & Sulistiobudi, R. A. (2023). Analisis Pentingnya *Online Customer Review* dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Gadget. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(2), 251–267. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i2.17553>
- Nasution, I., Yuliviona, R., Desiyanti, R., & Rosha, Z. (2024). The Influence of Service Quality and Trust on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediator (Case Study at Mandiri Link UD Naimah, Mandailing Natal Regency, North Sumatra). *International Journal of Economics and Management Research*, 3(3), 590–598. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v3i3.536>
- Noviaty, E. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Market place Shoppe). *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi MH Thamrin*, 4(2), 289–300. <https://doi.org/10.37012/ileka.v4i2.199>
- Nugroho, A. S., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Rumah Makan Teras Melody. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–19. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/5740/5783/>
- Nuranti, B. R., Rahayu, S., Ansori, A. D., Shofro, P. A., Tibaroiya, M. A., & Nugroho, A. A. (2024). Service Quality, Price, and Customer Loyalty: Moderating Role of Customer Satisfaction. *Journal of Research in Social Science And Humanities*, 4(2), 207-228. <https://doi.org/10.47679/jrssh.v4i2.207>
- Octadyla, M. M., Mismiwati, & Azwari, P. C. (2024). The Mediating Role of E-Trust Between Online Customer Review, Online Customer Rating, and E-Service Quality on Customer Loyalty on the E-Commerce Site Shoppe (Case

- Study of the Seberang Ulu Community of Palembang City). *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 07(03), 896–905. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i03-06>
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan pada CV Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540–549. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4656>
- Panjaitan, R. (2017). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Kupang: Jusuf Aryani Learning.
- Paparoidamis, N. G., Tran, T. T. H., & Leonidou, C. N. (2019). Building Customer Loyalty in Intercultural Service Encounters: The Role of Service Employees' Cultural Intelligence. *Journal of International Marketing*, 27(2), 56–75. <https://doi.org/10.1177/1069031X19837950>
- Permana, A., & Arianty, N. (2025). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Costumer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening pada *Marketplace* Shopee di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 5(2), 553–563. <https://doi.org/jebma.v5n2.6328>
- Priwiratu, E. C. T. (2025a). *Mecimapro Diprotes, Ini Rangkuman Kisruh Konser DAY6 di Jakarta*. IDN TIMES. (<https://www.idntimes.com/korea/kpop/rangkuman-kisruh-konser-day6-di-jakarta-00-hwff8-q9xgjl>, diakses 2 Oktober 2025)
- Priwiratu, E. C. T. (2025b). *Naungi Promotor Musik Indonesia, Apa Itu APMI?* IDN TIMES. (<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/siapa-pengurus-dan-anggota-apmi-promotor-00-hwff8-vqkkm0>, diakses 2 Oktober 2025)
- Priyo, J. S., Mohamad, B., & Adetunji, R. R. (2019). An Examination of the Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in the Hotel Industry. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(1), 653–662. <https://doi.org/10.59160/ijscm.v8i1.2807>
- Purba, J. T., Mesra, B., & Surya, E. D. (2024). Customer Engagement and Customer Experience Analysis of Customer Loyalty Through Emotional Bonding. *International Journal of Society and Law*, 2(2), 44–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.61306/ijsl> Customer
- Purnama, C. K., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2024). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap Minat Beli (*Purchase Intention*) dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening pada *Markeplace* Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di Yogyakarta). *Journal of Comprehensive Science*, 3(7), 2150–2162. <https://doi.org/10.59188/jcs.v3i7.781>
- Putri, P. O., & Malika, N. K. F. A. (2025). Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Shopee. *Triwikrama: Jurnal*

- Ilmu Sosial*, 6(8), 101–110. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v6i8.10010>
- Qadri, R. A., Lim, N., & Nurjanah, L. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Kredibilitas terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan Pelanggan di Batam. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(1), 671–687. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.4964>
- Rasyid, R., & Santoso, R. (2025). Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Fast Coffee and Bike Wash di Kota Surabaya. *GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis*, 05(02), 312–323. <https://doi.org/10.69957/grjb.v5i02.2213>
- Reken, F. (2025). *Manajemen Pemasaran Jasa* (N. H. Mardika (ed.); 1st ed.). Padang: CV. Gita Lentera.
- Republika.id. (2023). *Jokowi: Perbanyak Belanja, Nonton Konser dan Bola*. Replubika.Id. (<https://republika.id/posts/37881/jokowi-perbanyak-belanja-nonton-konser-dan-bola>, diakses 7 Oktober 2025)
- Rossi, F. F., Farida, N., & Prabawani, B. (2023). Pengaruh *Service Quality* dan *Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Iconnet PT. ICON Plus Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 957–966. [/https://doi.org/10.14710/jiab.2023.39755](https://doi.org/10.14710/jiab.2023.39755)
- Rusandi, F., Kumbara, V. B., & Putri, D. A. (2025). Pengaruh *Online Customer Review* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian dalam Aplikasi Shopee dengan *Consumer Trust* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang). *Journal of Science Education and Management Business*, 4(2), 368–378. <https://doi.org/10.62357/joseamb.v4i2>
- Rustika, L., & Pambudi, B. S. (2024). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap *Purchasing Decision* dengan *Trust* sebagai Mediasi pada Produk Skincare di Shopee. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 4(3), 315–326. <https://doi.org/10.21107/jkim.v4i3.26902>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). Bantul: Penerbit KBM Indonesia.
- Salsabila, D. D., & Yusrin, N. A. (2025). The Influence of Promoter Reputation, Ticketing System, Price, and Celebrity on Repurchase Intention of Concert Tickets by Mecimapro. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 5(3), 402–419. <https://doi.org/10.58471/jms.v5i03>
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). *Explanatory Survey* dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Sari, R. S., & Othman, L. (2024). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online*

- Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Lazada (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Riau Pengguna Aplikasi Lazada). *JAMBU AIR: Journal of Accounting Management Business and International Research*, 3(2), 137–155. <https://doi.org/10.57235/jambuair.v3i2.2284>
- Sari, W. D. (2024). Landasan Teori, Kerangka Berpikir, dan Pengajuan Hipotesis dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Media Informasi Sosial & Pendidikan*, 14(2), 36–46. <https://jurnal.pmpp.or.id/index.php/statement/article/view/371>
- Seliana, S., Fitriani, L. K., & Rois, T. (2023). Analisis Pengaruh *Customer Review* dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 663–674. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/jeam>
- Selvia, & Nugroho, R. H. (2024). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, *Brand Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* pada *E-Wallet* Gopay. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(5), 2640–2654. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i5.1586>
- Sitepu, D. R. (2025). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Menantea Medan. *Smart Goals: Jurnal Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(2), 21–39. <https://doi.org/10.36490/sg.v1i2.1446>
- Sofyani, H. (2025). Penggunaan Teknik *Partial Least Square* (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 80–94. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 5th ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research Indonesian Institue for Corporate Learning and Studies (IICLS)*, 5(3), 110–116. <https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238>
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, B. E. (2022). Pengaruh Harga dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian di *E-Commerce* Sociolla pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>
- Susilo, A. P., & Apriadi, D. (2025). Pengaruh Viral Marketing dan *Online Consumer Review* terhadap Loyalitas Pelanggan *Marketplace* Digital di Kota Cipanas. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 480–489. <https://doi.org/10.70451/cakrawala.v2i3.588>
- Tamba, S., & Maftukhah, I. (2025). Pengaruh *E-WOM* dan *Online Customer Reviews* terhadap *Purchase Decision* dengan *Customer Trust* sebagai Variabel Intervening : Pengguna Lazada di Kota Semarang. *Unnes Business Quarterly*, 1(2), 1–20. <https://journal.unnes.ac.id/journals/ubq/article/view/36123>
- Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif*

2020. In B. N. Avianto (Ed.), *Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (1st ed.). Pusat Data dan Sistem Informasi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. www.kemenparekraf.go.id
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Kristiani, F. A. (2022). Pengaruh *Customer Experience* dan *Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada The Praja Coffee & Resto). *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 173–179. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i1.449>
- Utami, A. D., Sawitri, N. N., Navanti, D., Ali, H., & Khan, M. A. (2025). Pengaruh *Atmosphere Caffe* dan *Online Customer Review* terhadap Loyalitas Pelanggan Dimensi Coffe House, Kota Bekasi: Peran Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Musytari: Neraca Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Ekonomi*, 15(8), 101–110. <https://doi.org/10.8734/musytari.v15i8.11521>
- Valencialaw, N., & Utami, L. S. S. (2023). K-Pop dan Perilaku Konsumtif Menonton Konser. *Jurnal Koneksi*, 7(1), 112–119. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21301>
- Wakari, T. S., & Simamora, B. (2024). Mengaplikasikan SERVQUAL pada Konser Musik : Dimensi *Tangibles* dan Dimensi Reliabilitas Menjelaskan 92% Kepuasan Konsumen. *Global Research on Economy, Business, Communication and Information*, 2(1), 121–130. <https://doi.org/10.46806/grebuci.v2i1.1350>
- Yani, M. I., & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Edwin Jeans Indonesia pada *E-Commerce Shopee*. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 443–472. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.285>