

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, W. (n.d.). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40-47. Retrieved November 30, 2024, from <https://journal-stiehidayatullah.ac.id/index.php/tadbir/article/download/102/89>
- Assidiq, Y. (2022, November 16). *Rejogja: AJA Laporkan Industri Anime Tumbuh 13,3 Persen*. Retrieved November 30, 2024, from *rejogja republika*: https://rejogja.republika.co.id/berita/rlflwz399/aja-laporkan-industri-anime-tumbuh-133-persen#google_vignette
- Attikah, S., & Fitrah, J. (2021, December). Pengaruh Fanatisme Fans Anime, Keragaman Produk dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Anime pada Distro Pikapikani. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 3(6), 1261-1276. doi:10.32639/jimmba.v3i6.1051
- BPS: *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2023*. (2024, June 11). Retrieved November 27, 2024, from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--2023.html?year=2023>
- Diman, D., Tumbel, T., & Walangitan, O. (2024). Pengaruh Keragaman Produk dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Anime Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *Productivity*, 5(1), 832-836. Retrieved November 30, 2024, from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/download/54677/46632/136857>
- Handayani, R. L., Wahyudin, A., & Kardoyo. (2023, May). Determinan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Fashion pada Marketplace. *Business and Economics Analysis Journal*, 3(1), 44-54. Retrieved November 30, 2024, from <https://lib.ui.ac.id/m/detail.jsp?id=9999920522402&lokasi=lokal>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). Managing Quality. In *Operations Management, Sustainability and Supply Chain Management* (p. 213). Pearson Education, Inc. Retrieved December 21, 2024
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal*

- Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25-34. Retrieved November 30, 2024, from https://repository.petra.ac.id/18687/1/Publikasi1_02027_6049.pdf
- Miranda, U. (2024, April 17). *Geometry: Gen Z Jadikan Anime Pelarian Hingga Penyemangat Hidup*. Retrieved November 30, 2024, from geometry: <https://www.geometry.id/stories/gen-z-jadikan-anime-pelarian-hingga-penyemangat-hidup>
- Nugraha, D. W. (2024, November 24). *Anime dan Keberhasilan Jepang Menghilirisasi Industri Kreatif*. (A. W. Warastri, Editor) Retrieved November 28, 2024, from [kompas.id: https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/11/23/anime-dan-keberhasilan-jepang-menghilirisasi-industri-kreatif](https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/11/23/anime-dan-keberhasilan-jepang-menghilirisasi-industri-kreatif)
- Statista Fashion in Indonesia*. (n.d.). Retrieved November 28, 2024, from Statista: <https://www.statista.com/outlook/emo/fashion/indonesia>
- Suhartadi, I. (2024, September 12). *Studi KIT Global: 2025, Penjualan E-commerce di Indonesia Akan Mencapai US \$82 Miliar*. Retrieved November 28, 2024, from [investor.id: https://investor.id/business/373247/studi-kit-global-2025-penjualan-ecommerce-di-indonesia-akan-mencapai-us-82-miliar](https://investor.id/business/373247/studi-kit-global-2025-penjualan-ecommerce-di-indonesia-akan-mencapai-us-82-miliar)
- Survei APJII*. (2024). Retrieved November 29, 2024, from APJII: <https://survei.apjii.or.id/>

