



Pengaruh Citra Band Koes Plus Terhadap Loyalitas Penggemar Di Bandung Koes Plus Community

Pepen Sumirat¹⁾

¹⁾Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia.

^{*)}email korespondensi: sumirat.pepen@stikomprosia.ac.id

Diterima: 22-07-2022 | Direvisi: 16-08-2022 | Disetujui: 04-09-2022 | Publikasi online: 30-11-2022

ABSTRACT

Koes Plus was founded in 1969, previously known as Koes Brothers, is a band whose songs are often heard. Even though it is classified as "old school", its existence is still felt by looking at the loyalty of fans from the young to the elderly. It can be proven by the establishment of successor bands to the formed community. Also the songs have been re-sung by today's singers. Koes Plus proves that it can maintain its image until now. The purpose of this study was to measure the influence of the image of the Koes Plus band on fan loyalty in Bandung Koes Plus Community in 2019. This study uses a quantitative approach, survey method with simple random sampling technique in 95 respondents as a sample. SPSS 25.0 is software used in data analysis techniques. The results of this study prove that there is a significant positive effect of Koes Plus Band Image on Fan Loyalty in Bandung Koes Plus Community (BKPC) by 51% (Coefficient of Determination).

Keywords: Image, Loyalty, Community, Koes Plus, BKPC

PENDAHULUAN

Perkembangan musik di Indonesia hingga saat ini tak henti-hentinya. Selain lahirnya penyanyi-penyanyi baru, juga bermunculan grup-grup musik. Berbagai audisi diadakan tak lain adalah untuk menciptakan penyanyi-penyanyi baru. Musik adalah nada atau suara yang disusun demikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan (terutama yang menggunakan alat-alat yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi). Sejak zaman purba musik hanya menjadi sebuah komponen pelengkap untuk keperluan upacara-upacara kepercayaan.

Banyak sekali ragam musik seperti Pop, Rock, Jazz, Heavy Metal hingga Keroncong. Musik Pop adalah jenis musik yang paling banyak digemari. Salah satu ciri musik pop adalah penggunaan *ritme* yang terkesan bebas dengan menonjolkan permainan drum dan gitar bass. Komposisi melodinya juga mudah dicerna. Kerap juga para musisi menambahkan aksesoris tambahan dan gaya yang beragam untuk menggali kreativitas dan daya tarik bagi menikmatnya.

Musik pop juga dibedakan menjadi musik pop anak dan pop dewasa, Musik pop anak umumnya memiliki bentuk yang lebih sederhana dengan lirik yang lebih pendek. Komposisi musiknya pun juga tak terlalu kompleks dengan rentan nada yang tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah. Tema liriknya berkisar pada hal-hal yang mendidik seperti mencintai orang

tua, sekolah, dan tanah Air. Dalam perkembangannya, banyak penyanyi yang tidak bertahan lama. Seperti grup band, biasanya yang menjadi penyebab grup band tidak aktif lagi dikarenakan *personel*-nya mempunyai kesibukan diluar grup. Atau bisa saja sudah mengalami kejenuhan untuk bermain.

Peneliti merasa perlu untuk meneliti grup band Koes Plus karena dari uniknya, ada satu grup band yang hingga saat ini masih terdengar dan masih ada orang yang menyanyikannya. Misalnya lagu Muda Mudi, Bis Sekolah dan Bujangan. Itulah, Koes Plus, grup band yang didirikan tahun 1969 ini personilnya terdiri dari Tony Koeswoyo, Yon Koeswoyo, Yok Koeswoyo dan Murry. Koes Plus hadir karena ada plusnya, yaitu Murry yang sebelumnya bernama Koes Bersaudara. Koes Bersaudara bubar dikarenakan sang drummer, Nomo Koeswoyo beralih menjadi pebisnis.

Berkat lagu-lagunya yang fenomenal, namanya tersemat dalam Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai kelompok musik paling berpengaruh di Indonesia. Dengan karakter musik mereka yang sederhana dalam syair, musik, maupun melodi, mereka mengusung berbagai aliran musik: pop, pop Jawa, musik Melayu, pop anak, keroncong, folk, hingga lagu berbahasa Inggris. Sampai sekarang, tidak ada grup band manapun yang menciptakan lagu-lagunya dengan berbagai *genre*.

Yang menarik dari grup band Koes Plus asal Tuban, Jawa Timur ini yaitu selain manggung yang terus menerus, lagu-lagu hasil karyanya juga dibawakan oleh penyanyi lain hingga sekarang. Misal, Andi Riff, Manis dan Sayang pada tahun 2004, Ruth Sahanaya, Andaikan Kau Datang pada tahun 2014. Ariel Noah, Andaikan Kau Datang pada tahun 2016. Bahkan presiden RI, Susilo Bambang Yudhoyono sempat menyanyikan lagu karya Koes Plus pada suatu kesempatan.

Setiap grup band pasti akan berusaha untuk membangun keberlangsungan bandnya dengan penggemar agar tidak beralih mengagumi grup band lain. Salah satunya adalah dengan terus menerus mencipta lagu. Atau dengan kembali "*manggung*" meskipun lagu yang dinyanyikannya adalah lagu-lagu lama. Tetapi tidak banyak yang berhasil. Apalagi hingga ada kelompok band-band baru sebagai penerus. Sedangkan Koes Plus mempunyai band penerus, sebut saja T-Koes dan Neo Jibles, keduanya dibentuk tahun 2017. Grup band tersebut selalu membawakan lagu-lagu dari Koes Plus, padahal personel mereka bukan anak atau cucu dari anggota band Koes Plus.

Keberhasilan Koes Plus dalam kiprahnya di dunia musik Indonesia hingga sekarang, ini tidak terlepas dari pengaruh citra yang ditampilkan dengan lagu-lagu yang sederhana tapi menyentuh. Sederhana, karena lagu-lagu Koes Plus hanya mengandalkan tiga jurus yaitu C-F-G. Lirik-liriknya puitis tapi penuh makna. Koes Plus adalah grup band yang telah menghasilkan 958 lagu selama karirnya, sehingga mendapat piagam penghargaan dari BSF.

Sebagai penggemar, tentu rasanya kurang pas jika tidak mendengarkan lagu-lagu melalui kaset - ketika itu, sekarang MP3. Seiring waktu, para penggemar selalu bertemu setiap ada acara yang menghadirkan band Koes Plus. Dari kerinduan akan lagu-lagunya, penggemar sering membuat acara-acara panggung hiburan. Dengan lagu-lagu Koes Plus tentunya. Sehingga akhirnya terbentuklah komunitas.

Bandung Koes Plus Community (BKPC) adalah komunitas penggemar lagu-lagu Koes Plus yang didirikan pada tahun 2014 di Bandung, dengan anggota 1.877 orang. Banyak

perkumpulan penggemar lagu Koes Plus tetapi hanya sebatas grup penggemar saja. Artinya, mereka tidak melakukan kegiatan-kegiatan seperti membuat kontes band Koes Plus.

Menurut Hermawan (2008) pengertian komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values.

Berdasarkan penjabaran diatas maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian terhadap grup Koes Plus yang merupakan grup band "*Jadul*" tetapi masih bisa diterima keberadaannya oleh masyarakat hingga sekarang.

Perlu digarisbawahi juga bahwa grup band masa kini hanya mampu menghasilkan beberapa album saja. Setelah itu menghilang, padahal keberadaannya belum dikatakan bubar. Misal, D'Masiv, Ungu, Samson, Radja. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis besarnya pengaruh citra band Koes Plus terhadap loyalitas penggemar di Bandung Koes Plus Community.

TINJAUAN PUSTAKA

Citra. Citra merupakan bentuk yang abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis tetapi dapat dirasakan dari hasil penilaian yang positif dan negative yang datang dari khalayak sasaran (*public*) dan masyarakat luas. Katz dan Ardianto (2010) mengemukakan pendapat bahwa citra adalah bagaimana cara seseorang atau konsumen melihat perusahaan, seseorang. Setiap perusahaan mempunyai citra dan terbuat dari cara konsumen yang melihatnya. Menurut pernyataan tersebut, dijelaskan citra itu *impress* dan bayangan dari publik terhadap seseorang, kesan yang sengaja dibuat oleh objek, pribadi maupun organisasi. Jefkins (dalam Yadin, 2003) memberikan arti bahwa citra sebagai kesan seorang terhadap sesuatu yang muncul dari hasil pengetahuannya dan pengalamannya. Menurut Ardianto (2011), Ada beberapa bentuk citra (*image*). Berikut lima bentuk citra, yaitu:

- a. Citra bayangan (*mirror image*)
- b. Citra yang berlaku (*current image*)
- c. Citra Harapan (*wish image*)
- d. Citra Perusahaan (*corporate image*)
- e. Citra Majemuk (*multiple image*).

Citra Diri (*Self Image*). Citra diri adalah suatu gambaran, cerminan, pandangan, dan bayangan yang dimiliki oleh seseorang mengenai dirinya sendiri. Dimana citra diri tersebut sangat berpengaruh terhadap pola pikir dan pola tingkah lakunya dalam kehidupan sehari-hari dalam hubungannya dengan lingkungan sekitar. Dittmar, et al (1995) mengelompokkan dimensi citra diri (*self image*) menjadi dua, yaitu:

1. *Actual self image* : yaitu bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri sebagaimana adanya. *Actual self image* terbentuk karena adanya citra diri positif dan citra diri negatif pada seseorang.

2. *Ideal self image* : merupakan konsep seseorang tentang bagaimana mereka ingin dilihat. Dengan kata lain citra diri ideal adalah keinginan seseorang dari apa yang dia inginkan, dan apa yang mereka percaya bahwa mereka bisa.

Soemirat & Ardianto (2010) menyatakan citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta-fakta atau kenyataan. Kesan ini diciptakan dari secara sengaja dari suatu obyek, orang atau organisasi. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek tersebut.

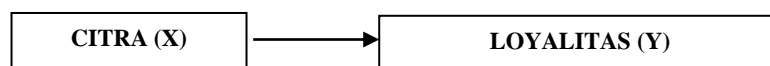
Menurut Horisson (1995) dalam Dimasningtias (2012), informasi yang lengkap mengenai citra meliputi empat elemen sebagai berikut:

1. *Personality*, keseluruhan karakteristik yang dipahami publik sasaran seperti kejujuran, kepercayaan, dan kredibilitas. Kognisi Persepsi Sikap Motivasi Stimulus Respon Respon Perilaku.
2. *Reputasi*, hal yang telah dilakukan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain.
3. *Value*, nilai - nilai yang dimiliki dengan kata lain kebudayaan dan kepedulian terhadap sesama.
4. *Corporate Identity*, merupakan komponen yang mempermudah pengenalan terhadap publik sasaran. Identitas merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan citra, di mana identitas yang baik merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan citra yang baik karena identitas membentuk kesan pertama di masyarakat. Kesan merupakan awal mula dari adanya sebuah persepsi.

Loyalitas. Loyalitas berperan penting, mempertahankan berarti mempertahankan kelangsungan hidup komunitas, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah komunitas mempertahankannya. Konsep loyalitas lebih mengarah kepada perilaku dibandingkan dengan sikap dan seorang penggemar yang loyal akan memperlihatkan perilaku yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama, yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambilan keputusan (Griffin, 2002).

Loyalitas adalah tekad dan kesanggupan mentaati, melaksanakan dan mengamalkan sesuatu yang dipatuhi dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab. Tekad dan kesungguhan harus dibuktikan dalam sikap dan tingkah laku sehari-hari dalam pembuatan tugas. Sikap loyal dapat diterapkan oleh setiap orang dalam berbagai hal. Dari sekian banyak studi mengenai pengertian loyalitas, hanya satu kategori pengertian loyalitas yang akan kita bahas yaitu pengertian loyalitas anggota komunitas Bandung Koes Plus Community.

Kerangka Penelitian. Guna memberikan gambaran tentang hubungan antar variabel, maka kerangka penelitian seperti di bawah ini.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Menurut Sugiono (2013) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam kalimat.

Berdasarkan dengan kerangka penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis bahwa citra berpengaruh terhadap loyalitas.

METODOLOGI

Metode yang dipakai adalah survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.877 orang dengan standar error 10 persen. Teknik pengambilan sampel adalah *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Teknik pengumpulan data adalah kuisioner dalam skala Likert. Skala ini menggunakan skala 1-5 yang memiliki nilai paling besar yang menyatakan sangat setuju dan nilai paling kecil sangat tidak setuju.

Analisa yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif digunakan untuk mencari pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas atau independen dalam penelitian ini adalah Citra, dengan dimensi *personality*, *reputasi*, *value* dan *corporate identity*. Sedangkan variabel terikat atau dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas, dengan dimensi perilaku dan sikap.

Secara umum teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas BKPC di kota Bandung, dengan sampel sebanyak 95 responden. Analisis data dilakukan melalui Analisis *Koefisien Korelasi*, *Koefisien Determinasi*, Analisis Regresi Linear Sederhana, dan Uji t.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas. Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Validitas yang diuji adalah instrumen dari Citra sebagai variabel X dan Loyalitas sebagai variabel Y dengan menggunakan program SPSS 25.0 for Windows. Jumlah pertanyaan untuk variabel X sebanyak 10 item dan untuk variabel Y sebanyak 7 item.

Berdasarkan kuisioner yang diuji pada 30 responden (*pretest*) dengan tingkat signifikansi 10 persen, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,296 dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki r hitung lebih besar dari r tabel sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Pada variabel Citra semua item dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X (Citra) dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *Personality* dengan item pernyataan "Grup band Koes Plus cinta tanah air" dengan nilai r hitung sebesar 0,855. Nilai terendah juga terdapat pada dimensi *Corporate Identity* dengan item pernyataan "Logo Koes Plus terlihat antik" dengan nilai r hitung sebesar 0,514.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Y (Loyalitas) dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi Perilaku dengan item pernyataan “Bertekad untuk tetap mengembangkan komunitas” dengan nilai r hitung sebesar 0,921. Nilai terendah juga terdapat pada dimensi Perilaku yaitu item pernyataan “Adanya empati antar kelompok” dengan nilai r hitung sebesar 0,706.

Hasil uji reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 25.0 for Windows diketahui bahwa semua variabel reliabel karena memiliki r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini dapat dilihat dalam tabel 1 Hasil Pengujian Reliabilitas berikut ini:

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	10

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.936	7

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan SPSS

Hasil perhitungan uji Reliabilitas pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel Citra adalah sebesar 0,898 dari 10 butir pertanyaan, dan variable Loyalitas adalah sebesar 0,936 dari 7 butir pertanyaan. Hasil di atas dapat disimpulkan bahwa kedua variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliable* karena masing-masing variable memiliki *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

Analisis Koefisien Korelasi. Uji korelasi ditujukan untuk mencari hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Di bawah ini adalah hasil uji korelasi variable Citra terhadap variable Loyalitas.

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Loyalitas	Citra
Pearson	Loyalitas	1.000	.714
Correlation	Citra	.714	1.000
Sig. (1-tailed)	Loyalitas	.	.000
	Citra	.000	.
N	Loyalitas	95	95
	Citra	95	95

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 2, diketahui nilai korelasi sebesar 0,714 dan nilai signifikansi 0,000. Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara dua variabel, maka bisa dilihat angka koefisien korelasi pada tabel di bawah ini.

Tabel 3 Kekuatan Hubungan Antar Dua Variabel

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Berdasarkan Tabel 2 didapat hasil bahwa korelasi Citra terhadap Loyalitas sebesar 0.714. Artinya korelasi Citra terhadap Loyalitas adalah kuat.

Regresi Linier Sederhana. Analisis Regresi Linier sederhana digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel Independent (Citra) terhadap variabel Dependent (Loyalitas).

Tabel 4 Koefisien Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.967	2.296		3.905	.000
Citra	.527	.054	.714	9.821	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

u

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai Constant sebesar 8.967, sedang nilai Citra (koefisien regresi) sebesar 0.527, sehingga persamaan regresinya adalah :

$$Y = 8.967 + 0.527X$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa nilai Konstanta sebesar 8.967 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Loyalitas sebesar 8.967. Koefisien regresi Citra sebesar 0.527 menyatakan bahwa setiap perubahan 1 persen nilai Citra maka nilai Loyalitas bertambah sebesar 0.527. Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel Citra terhadap variabel Loyalitas adalah positif.

Uji t (Uji Parsial). Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel Citra terhadap Loyalitas maka bisa dilihat dari hasil uji hipotesis.

1. Perumusan Hipotesis

- a. Ho : Tidak terdapat Pengaruh Citra band Koes Plus terhadap Loyalitas Penggemar di Bandung Koes Plus Community.
- b. Ha : Terdapat Pengaruh Citra band Koes Plus terhadap Loyalitas Penggemar di Bandung Koes Plus Community

2. Kriteria

Besarnya nilai t Tabel dengan taraf signifikansi 10 persen, db=93 (db=N-2, N=95) yaitu 1.661.

3. Hasil Perhitungan (tHitung)

Diperoleh dengan menggunakan SPSS (Tabel 4) yaitu sebesar 9.821.

4. Pengambilan Keputusan

Jika t Hitung lebih besar daripada t Tabel maka H_a diterima dan H_o ditolak. Hasil perhitungan dibandingkan antara t Hitung yaitu sebesar 9.821 dengan t Tabel yaitu sebesar 1.661. Jadi t Hitung $>$ t Tabel maka H_a diterima dan tolak H_o . Artinya menerima hipotesis H_a dan menolak hipotesis H_o .

5. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel Citra terhadap variabel Loyalitas. Artinya terbukti terdapat pengaruh Citra Band Koes Plus terhadap loyalitas penggemar Bandung Koes Plus Community tahun 2019.

Koefisien Determinasi. Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X (Citra) terhadap variabel Y (Loyalitas). Dari hasil olah data menggunakan SPSS maka dapat dilihat dari table dibawah ini;

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.509	.504	2.724

a. Predictors: (Constant), Citra

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan SPSS

Didapatkan nilai R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0.509. Hal tersebut mengandung pengertian bahwa besarnya pengaruh Citra Band Koes Plus terhadap Loyalitas Penggemar di BKPC sebesar 51 persen.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Citra Band Koes Plus terhadap Loyalitas Penggemar di Bandung Koes Plus Community. Setelah melakukan pengujian-pengujian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Citra positif signifikan Band Koes Plus terhadap Loyalitas Penggemar di Bandung Koes Plus Komunity.

DAFTAR PUSTAKA

- Agilia, S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Jurnal UMSU*, 1(1), 27.
- Altje, T. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 3(1), 68.

- Anung, P. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi JBMA*, 1(1), 3.
- Ardianto, E. & Soemirat, S. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Imam, A. (2018). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas pelayanan dan Kelompok Referensi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor di PT. Federal. *Jurnal PPKM*.
- Juwono, D. W. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(2), 38.
- Endang, T. (2013). Pengaruh Citra dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen*, 28(2), 15.
- Frans, S. (2013). Pengaruh Komunitas Pengguna Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada Pengguna Sepeda Motor Honda Tiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(2).
<https://gasbanter.com/pengertian-musik-pop/> (diakses: 30 Juli 2020)
- Iis, M. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay. *Jurnal Abiwara*, 1(2), 73.
- Kurniati, A. W., & Slamet, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening dalam menggunakan jasa Transportasi Bus Titian Mas. *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 9(12), 161.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Novan, H. & Octavia, R. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek dan Mutu Layanan terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro dan Penerbangan*, 4(2), 22.
- Nur, M. (2018). Benny Likumahuwa dalam Perkembangan Musik Jazz di Indonesia. *Avatara-e-Journal Pendidikan Sejarah*, 6(2).
- Nurul, G. K. (2022). Pengaruh Citra Merek, Motivasi dan Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Milenial pada Marketplace. *Jurnal Jimek*, 2(2), 196.
- Rohman. (2013). Pengaruh Citra Diri (Self Image) dan Konformitas terhadap Perilaku Compulsive Buying pada Remaja. *Journal of Psychology Tazkiya*, 1(2), 286.
- Savitri. (2019). Pengaruh Citra, Kredibilitas dan Kemampuan Komunikai Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian Produksi Make-Up Maybelline. *Jurnal Untar*, 3(1), 269.
- Siti, N. (2021). Pengaruh Citra Merek Kualitas dan Harga terhadap Minat Beli Pasta Gigi Pepsodent pada Masyarakat Kelurahan Ngargosari di Boyolali. *Jurnal Ekobis*, 8(2), 174.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhana, A. (2015). *Kisah Dari Hati Koes Plus - Tonggak Sejarah Musik Indonesia*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Tri, T. P. & Setyadarma, B. (2021). Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Sapi Murni KUD Mekar Sari, Pujon Malang. *Jurnal Sebatik*, 25(1), 223.
- Wijayanto, (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(3), 13.
- Yanuar, H. (2014). Participatory Culture dalam Komunitas Online sebagai Representasi Kebutuhan Manusia. *Tematik - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2(1), 30.