

***STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM PEMASARAN ALBUM NCT
MENGUNAKAN MULTI ATTRIBUTE UTILITY THEORY (MAUT)***

SKRIPSI



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Disusun Oleh :

LAILY AINURIYAH ROSIDA

H76218032

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : LAILY AINURIYAH ROSIDA

Program Studi : Sistem Informasi

Angkatan : 2018

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul “*STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM PEMASARAN ALBUM NCT MENGGUNAKAN MULTI ATTRIBUTE UTILITY THEORY (MAUT)*”. Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 30 Desember 2024



(Laily Ainuriyah Rosida)

NIM : H76218032

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh

NAMA : LAILY AINURIYAH ROSIDA

NIM : H76218032

JUDUL : *STRATEGI DIGITAL MARKETING* DALAM PEMASARAN ALBUM
NCT MENGGUNAKAN *MULTI ATTRIBUTE UTILITY THEORY*
(MAUT)

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 29 Desember 2024

Dosen Pembimbing 1



(Dr. Eng. Anang Kunaefi, M.Kom)

NIP. 197911132014031001

Dosen Pembimbing 2



(Noor Wahyudi, M.Kom)

NIP. 198403232014031002

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi Laily Ainuriyah Rosida telah dipertahankan
Di depan Tim Penguji Skripsi
Di Surabaya, 31 Desember 2024

Mengesahkan,
Dewan Penguji

Dosen Penguji 1

(Dr. Ilham, S.Kom., M.Kom)

NIP. 198011082014031002

Dosen Penguji 2

(Andhy Permadi, M.Kom)

NIP. 198110142014031002

Dosen Penguji 3

(Dr. Eng. Anang Kunaefi, M.Kom)

NIP. 197911132014031001

Dosen Penguji 4

(Noor Wahvudi, M.Kom)

NIP. 198403232014031002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

Sunan Ampel Surabaya

Saepul Hamdani, M.Pd

NIP. 196507312000031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : LAILY AINURIYAH ROSIDA
NIM : H76218032
Fakultas/Jurusan : SAINS DAN TEKNOLOGI / SISTEM INFORMASI
E-mail address : lailyainurosida00@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

STRATEGI DIGITAL MARKETINGDALAM PEMASARAN ALBUM NCT

MENGGUNAKAN MULTI ATTRIBUTE UTILITY THEORY (MAUT)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2024

Penulis

(LAILY AINURIYAH ROSIDA)

ABSTRAK

STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM PEMASARAN ALBUM NCT MENGUNAKAN MULTI ATTRIBUTE UTILITY THEORY (MAUT)

Oleh :

Laily Ainuriyah Rosida

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Price*, *Shipping*, dan *Service* terhadap keputusan pembelian album NCT pada 3 online shop yaitu All About Merch, go chocochan dan taetyong. Perolehan sampel diambil dari jumlah keseluruhan populasi yang terkait dengan *buyer* album Kpop pada boygroup NCT dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*. Populasi yang diambil dari keseluruhan *fans* NCT yang tersebar di Indonesia masih belum diketahui jumlah tepatnya diangka berapa. Penggunaan rumus *Lemeshow* dapat digunakan sebagai perhitungan dari sampel yang tidak diketahui jumlah keseluruhan populasinya. Pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner untuk uji validitas dan reliabilitas sebanyak 10 sampel, apabila uji validitas dan reliabilitas memenuhi maka pengumpulan data dilanjutkan hingga mencapai 100 responden. Setelah mendapatkan hasil dari penelitian dan menganalisis, maka dapat ditarik kesimpulan dari rumusan masalah, bahwa *Multi Attribute Utility Theory* (MAUT) dapat menentukan dan menguraikan kriteria-kriteria dari 3 alternatif dengan hasil 0,6 yaitu Alternatif (A02) Taetyong_ID dan mendapatkan ranking 1 sebagai penjual *merchandise* dan Album NCT mampu memenuhi pengalaman 100 responden dengan strategi yang diuraikan melalui 3 kriteria, seperti *price*, *shipping* dan *service* dengan menggunakan data yang telah valid.

Kata Kunci : Strategi Digital Marketing, Pemasaran Album K-Pop, *Muti Attribute Utility Theory* (MAUT)

ABSTRACT

DIGITAL MARKETING STRATEGY IN NCT ALBUM MARKETING USING MULTI ATTRIBUTE UTILITY THEORY (MAUT)

By :

Laily Ainuriyah Rosida

This research aims to determine the influence of Price, Shipping, and Service on the decision to purchase NCT albums at 3 online shops, namely All About Merch, go chocochan and taetyong. The sample was taken from the total population related to Kpop album buyers in the boy group NCT by sampling using a non-probability sampling technique. The population taken from all NCT fans spread across Indonesia is still unknown. The exact number is unknown. The Lemeshow formula can be used for calculations from samples where the total population is unknown. Data collection was carried out by distributing questionnaires to test the validity and reliability of 10 samples. If the validity and reliability tests were met then data collection was continued until reaching 100 respondents. After getting the results from the research and analysis, a conclusion can be drawn from the problem formulation, that Multi Attribute Utility Theory (MAUT) can determine and describe the criteria of 3 alternatives with a result of 0.6, namely Alternative (A02) Taetyong_ID and get ranking 1 as NCT merchandise and album sellers were able to meet the experiences of 100 respondents with a strategy outlined in 3 criteria, such as price, shipping and service using valid data.

Keywords: Digital Marketing Strategy, K-Pop Album Marketing, Muti Attribute Utility Theory (MAUT)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Album NCT (2020-2022).....	2
Gambar 3. 1 Alur Penelitian	25
Gambar 3. 2 Model Hipotesis	27
Gambar 3. 3 Alur Metode Multi Attribute Utility Theory (MAUT).....	34
Gambar 4. 1 Formulir Google Form	37
Gambar 4. 2 Diagram Hasil Online Shop	37



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3. 1 Skala Likert	29
Tabel 3. 2 Kuesioner	29
Tabel 4. 1 Jawaban Responden untuk Variabel Harga.....	38
Tabel 4. 2 Jawaban Responden untuk Variabel Pengiriman	39
Tabel 4. 3 Jawaban Responden untuk Variabel Pelayanan	41
Tabel 4. 4 Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Price (X1)	43
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Shipping (X2)	43
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Service (X3).....	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Keputusan Penelitian (Y)	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Price (X1).....	45
Tabel 4. 10 Hasil Reliabilitas Shipping (X2).....	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Service (X3)	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4. 13 Menghitung Normalisasi Bobot.....	46
Tabel 4. 14 Penelitian Alternatif	47
Tabel 4. 15 Pemberian Kode Penelitian Alternatif	47
Tabel 4. 16 Hasil Normalisasi Matriks.....	48
Tabel 4. 17 Hasil Ranking	48



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Teori Dasar Yang Digunakan.....	8
2.2.1 Analisis	8
2.2.2 Pemasaran	9
2.2.3 Produk.....	10
2.2.4 Logistik	11
2.2.5 Distribusi.....	11
2.2.6 Persediaan	13
2.2.7 Multi Attribute Utility Theory (MAUT).....	14
2.2.8 SWOT	16
2.2.9 <i>Decision Making</i> : Pengambilan Keputusan	22
2.3 Integrasi Keilmuan	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Alur Penelitian	25
3.2 Identifikasi Masalah	25

3.3	Studi Literatur	26
3.4	Hipotesis Penelitian.....	27
3.5	Populasi dan Sampel.....	28
3.6	Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner	29
3.7	Pengumpulan dan Pengolahan Data	32
3.8	Instrumen Penelitian	33
3.9	Analisis Data	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.2	Sebaran Kuesioner.....	37
4.3	Gambaran Umum Responden.....	37
4.3.1	Online Shop	37
4.4	Deskripsi Distribusi Data	38
4.4.1	Harga (price/P)	38
4.4.2	Pengiriman (shipping/SH).....	39
4.4.3	Pelayanan (service/SE)	41
4.4.4	Keputusan Pembelian (KP)	42
4.5	Uji Kuesioner	43
4.6	Penerapan Metode MAUT	46
4.6.1	Melakukan Normalisasi	46
4.6.2	Melakukan Utilitas	47
4.6.3	Menentukan Nilai Preferensi atau Ranking	48
BAB V PENUTUP		50
5.1	Kesimpulan	50
5.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA.....		51

DAFTAR PUSTAKA

- Adha Aprilila, V., Dewi Indrasari, L., & Budi Santoso, H. (2021). Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Pada Hotel (Studi Kasus Pada Lotus Garden Hotel). *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, 4(2), 141–152.
<https://doi.org/10.30737/jatiunik.v4i2.1618>
- Arifianto, D., & Arifin, M. faruq. (2021). *Penerapan Metode Multi Attribute Utility Theory (Maut) Untuk Pemilihan Sekolah Menengah Atas Di Kecamatan Balung Berbasis Web*. 1–16.
- Asaloei, E. K. S. S. S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34.
- Ayu Chintia Cahyani, I., Made Pulawan dan Ni Made Santini, I., Persediaan Bahan Baku Untuk Efektivitas dan Efisiensi Biaya Persediaan Bahan Baku Terhadap Kelancaran Proses Produksi pada Usaha Industri Tempe Murnisingaraja di Kabu-paten Badung Wacana Ekonomi Jurnal Ekonomi, A., & dan Akuntansi, B. (2019). Analisis Persediaan Bahan Baku Untuk Efektivitas dan Efisiensi Biaya Persediaan Bahan Baku Terhadap Kelancaran Proses Produksi pada Usaha Industri Tempe Murnisingaraja di Kabupaten Badung How to cite (in APA style). *Bisnis Dan Akuntansi*, 18(2), 116–125.
https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wacana_ekonomi<http://dx.doi.org/10.22225/we.18.2.1165.116-125>
- Blongkod, R., Ilat, V., Mawikere, L. M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Akuntansi, J., Ratulangi, S., & Kampus Bahu, J. (2023). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dengan Konsep Economic Order Quantity (Eoq) Pada Cv Bregas Likupang Timur Minahasa Utara. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 18(1), 24–34.
- Desilia Purnama Dewi, Kadek Arimbawa, I., Firdiansyah Suryawan, R., & Tinggi Penerbangan Aviassi, S. (2022). Peran Petugas Operation Dalam Mewujudkan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Di Lion Parcel Jakarta (Dalam Suatu Tinjauan) Artikel Informasi Abstrak. *Jtla*, 2(1), 34–41.

<https://abnusjournal.com/jtla>

- Fahmi, A. (2014). Fakultas Ilmu Pendidikan IKIP Mataram. *Jurnal Paedagogy*, 1, 1–7.
- Ferdiansyah, M. (2019). Pengembangan Aplikasi Barang Masuk Dan Barang Keluar Pada Pt. Bersama Pasti Sukses Lampung. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JUSINTA)*, 3(2), 16.
- Habibi, H., & Mardhiyah, A. (2021). Analisa Penerapan Layanan Pickup and Delivery terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Cuci Sepatu Medan). *Jurnal Publik Reform Universitas Dharmawangsa Medan*, X, 51–68.
- Hadinata, N. (2018). Implementasi Metode Multi Attribute Utility Theory (MAUT) Pada Sistem Pendukung Keputusan dalam Menentukan Penerima Kredit. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 07(September), 87–92.
- Handayani, S. P., Permana, E., Pancasila, U., Sawah, S., & City, S. J. (2022). STRATEGI PEMASARAN MERCHANDISE KOREA DI KALANGAN GENERASI Z. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 13, 127–135.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press. <https://unitomopress.com/>
- Iskamto, D. (2024). *Impact SMM And BL On Purchase Decision For Brand Love K-*. 9(1), 67–82.
- Jamaludin, M. (2022). Perencanaan Supply Chain Management (Scm) Pada Pt. Xyz Bandung Jawa Barat. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(Vol. 13 No. 2, Juni 2022), 70–83. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v13i2.4552>
- Karundeng, Thessa Natasya Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1748–1757.
- Keeney, R. L. (2008). Applying value-focused thinking. *Military Operations Research*, 13(2), 6–17. <https://doi.org/10.5711/morj.13.2.7>
- Korea Music Content Association. (2010). *Retail Album Chart*. https://circlechart.kr/page_chart/retail.circle?termGbn=hour
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Agus, S., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa.

Alfabeta Bandung, 1–119.

- Lamalewa, L., & Sumaryanti, L. (2021). Penerapan Metode Multi Attribute Utility Theory (MAUT) dalam Memberikan Rekomendasi Pemenang Lomba MTQ. *JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi)*, 7(1), 32–41.
<https://doi.org/10.19109/jusifo.v7i1.8450>
- Lesnussa, J., & Warbal, M. (2023). Pengaruh Sikap dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Public Policy*, 4(1), 32–46.
<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.20>
- Muhammad Irvan Noor Maulana. (2021). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ARTFRESH. *Muhamad Irvan Noor Maulana*, 5.
- Nasution, A. R. S. (2021). Identifikasi Permasalahan Penelitian. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 13–19. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.21>
- Nulhakim, B., Kusnadi, & Wahyudin. (2021). Alur Proses Sarana Penjualan di PT. Pupuk Kujang Cikampek. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(1), 427–434. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5773963>
- Olivia, J., & Nurfebiaraning, S. (2019). Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “ Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik ” Terhadap Respon Afektif. *Jurnal Lontar*, 7(1), 16–24.
- Putri, I. P., Lianny, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68.
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Ratika, Z., & Nofha, R. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung*. 6(1), 43–57.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2021). Analisis SWOT SEBAGAI PENYUSUNAN STRATEGI ORGANISASI. In *Analisis SWOT sebagai penyusunan strategi organisasi*.
- Rohman, S., & Abdul, F. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa

- Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), 73–85. <https://doi.org/10.31334/logistik.v5i1.1188>
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktariana, R. (2021). Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...*, 2(1), 1–13. [file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf](file:///Users/ajc/Downloads/319-File%20Utama%20Naskah-423-1-10-20210810.pdf)
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Akuntansi*, 5(3), 1171–1184.
- Sawir, M. (2021). Ilmu Administrasi Dan Analisis Kebijakan Publik. Konseptual dan Praktik. In *Ilmu Administrasi Dan Analisis Kebijakan Publik Konseptual Dan Praktik*.
- Setiawan, D. A., Husen, I. A., Yuliansyah, R., & Wasif, S. K. (2022). Pengaruh Promosi Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen GOJEK (Studi Kasus Ini di Wilayah Kelurahan Cipinang Besar Utara). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8.5.2017), 2003–2005. www.aging-us.com
- SM BRAND MARKETING Co., L. (2021a). *SMTOWN&STORE*. <https://en.smtownandstore.com/category/product/59/>
- SM BRAND MARKETING Co., L. (2021b). *SMTOWN&STORE*. <https://en.smtownandstore.com/>
- SM Entertainment. (2016). *THE WORLD'S FIRST CULTURE TECHNOLOGY*. <https://www.smentertainment.com/Overview/Strength>
- Sola, E. (2019). DECISION MAKING: Sebuah Telaah Awal. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(2), 208. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i2.7004>
- Sulistyowati, K. D., & Huda, I. U. (2021). Analisis Pengendalian Persediaan Pada PT. BIMA (Berkah Industri Mesin Angkat) Cabang Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, November*, 430–440.

<http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>

Syafikarani, A. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing dalam Pemasaran Album K-Pop (Studi Kasus : Weverse Shop – BTS). *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.26858/tanra.v8i1.19114>

Wibowo, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umumbus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 67–81. <https://doi.org/10.21831/jim.v11i2.11765>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A