

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Belch, G., & Belch, M.2018. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan.2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Ghozali, I.2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, . Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C.2020.*Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jeon, J. S.2014. *Era Emas hubungan Indonesia-Korea: Pertukaran Kultural Melalui Investasi dan Migrasi*.Jakarta:Buku Kompas.
- Kasiran, M.2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* . Malang: UIN Malang Press.
- Kementerian Agama RI. 2019.*Qur'an Kemenag In MS Word*.Lajnah Pentahsihan Mushaf Al – Qur'an (LPMQ).
- Kennedy, J., & Soemanagara, R.2006. *Marketing Communication- Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT. Buana Ilmu.
- Kotler, P., & Amstrong, G.2012. *Dasar - Dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G.2014. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G.2013. *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L.2012. *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition: Pearson Prentive Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L.2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B.2016. *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya Dengan R*. Jakarta: KENCANA.
- Lea-Greenwood, G.2012. *Fashion Marketing Communications Ebook* . USA: Wiley.
- Morissan,et.al,2010.*Teori Komunikasi Massa*.Bogor:Ghalia Indonesia.

- Notoatmodjo, S.2005. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Perdana, E.2016. *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Laboratorium Komunikasi FE UBB.
- Priansa, D. J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Riyanto, W. H., & Mohyi, A.2020. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Malang: UMM Press.
- Royan, F.2004.*Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Samsu, S.2017. *Metode Penelitian:(Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*.Jambi:Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan Pusaka.
- Schiffman, & Kanuk.2007.*Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L.2010. *Consumer Behavior (10th ed)*. New Jersey: Perason Prentice Hall
- Siyoto, S., & Sodik, M.2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Slamet, R., & Hatmawan, A. A.2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono.1999.*Metode Penelitian Bisnis*.Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono.2009.*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.Bandung:Alfabeta.
- Sujianto, A. E.2009. *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Sunyoto, D.2011. *Praktik SPSS untuk Kasus Cet. 1*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Sunyoto, D.2014.*Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Unaradjan, D. D.2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Grafindo.

Wahyuni, S.2020. *Kinerja Sharia Conformity and Profitability Index dan Faktor Determinan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

### **Jurnal**

Achadia, Z.2017. Pengaruh Tenaga Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen pada Situs Belanja Online Tokopedia: Studi kasus pada konsumen di Kota Malang (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*).

Ahmatang, & Saputri, I. A.2020. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Made In Korea pada Mahasiswa di Kota Tarakan. *DIMENSI*.9(3).

Ahmed, A., Mir, F. A., & Farooq, O.2012. Effect Of Celebrity Endorsement On Customers' Buying Behavior A Perspective From Pakistan. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*.4(5).

Algiffary, M., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiayanti, M.2020. Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-commerce Tokopedia. *Andalas Management Review*.4(2).

Daulay, R., & Handayani, S.2021. Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Minat Belanja Online melalui Aplikasi Lazada. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora*.1(1).

Daulay, R., & Mujiatun, S.2021. The Appeal Of Advertising And Word Of Mouth To Online Shopping Interests On Shopee Application. *IJRS: International Journal Reglement & Society* . 2(1).

Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S.2022. Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*.3(1)

Goenawan, N. F., & Monica, V.2020. Efektivitas Pengguna Brand Ambassador Leneige dalam Model VisCAP. *Jurnal E-Komunikasi*.8(2).

Hendayana, Y., & Afifah, N. M.2020. Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Minat Belanja Online melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja*.3(1).

Hijra.2022. Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Scarlett di Makassar). *CEMERLANG:Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*.2(4).

- Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R.2020.Pengaruh Brand Ambassador dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.8(3).
- Jackson, N.Tawas, H., & Arie, F. V.2021. Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado).*Jurnal EMBA*.9(3).
- Liya, I., Budiono, H., & Karmila.2021. Pengaruh Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image dan WOM terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Sedap Selection Korean Spicy Chicken. *REVENUE:Jurnal Manajemen Bisnis Islam*.2(1).
- Mandasari, P.2022. Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Korean Wave terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Tokopedia. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 4.4.
- Maulida, N. F., Saufi, A., & Rusminah, H. S.2022. Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kecantikan Nacific di Indonesia. *Unram Management Review*.2(2).
- Mayasari, H., & Patmawati.2019.Pengaruh Iklan Internet, Celebrity Endorser dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli pada Shopee di Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.10(4).
- Nadia, S. M., & Aulia, P.2020. Pengaruh Brand Ambassador BTS Kpop terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *eProceedings of Management*.7(2).
- Nasri, H.2020. Pengaruh Brand Ambassador BTS terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi oleh Brand Awareness Tokopedia di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.8(2).
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R.2022. Pengaruh Brand Ambassador Blackpink terhadap Brand Image Tokopedia Periode 2021. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*.10(1).
- Priyanto, F. P., Purwanto, H., & Dessyari, R. S.2021. Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador dan Tagline “WIB” terhadap Keputusan Pembelian pada TOKOPEDIA melalui Minat Beli. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 3).
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A.2020. Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*.4(1).
- Purnomo, H., Samari, Soejoko, D. K., & Syahroq, K. F. 2021. Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Celebrity Endorser

- Pada Keputusan Pembelian Busana Merek 3second. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.18(1).
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E.2023. Pengaruh Promosi, Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Jurnal Warta Dharmawangsa*.17(1).
- Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H.2019. Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*.14(1).
- Qorib, F., & Bhara, A. M.2022. *Pengaruh Iklan Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. JISIP:Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.8(4).
- Rahmadani, A., & Anggraini, Y.2021.Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador pada Pengambilan Keputusan Konsumen.*Telaah Bisnis*.22(1).
- Raswen, R. N.2019. Pengaruh Brand Ambassador Blackpink terhadap Citra Perusahaan Shopee pada Mahasiswi di UIN SUSKA Riau. *Jom Fisip*.6(2).
- Rutha, P.E.P., Bakhtiar, T., dan Kirbrandoko.2019. The Brand Ambassador Effectivenesson Brandimage Andpurchasing Decision For Oppo Fseries Smartphone. *International Journal of Business and Management Invention*.8(3)
- Sagia, A., & Situmorang, S. H.2018. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean Wave terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*.5(2).
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z.2021. Pengaruh Korean Wave dan Ulasan Online terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKRAITH-Ekonomika*.4(1).
- Suradi,Sutaliban,S.,Muthmainnah, & Utomo,K.2022.Pengaruh Brand Ambassador BTS terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Tokopedia.*Journal on Education*.05(01)
- Triana, R., & Nanda, S. E.2022. Pengaruh Brand Ambassador STRAYKIDS dan E-WOM terhadap Brand Awareness E-Commerce Shopee di Kalangan Generasi Millennial. *Mediakom:Jurnal Ilmu Komunikasi*.6(1).
- Tridayanti, F., & Nurfebiaraning, S.2022. Pengaruh NCT DREAM Sebagai Brand Ambassador terhadap Brand Image Produk Mi Instan Lemonilo pada Generasi Muda. *Medium:Jurnal Ilmiah*.10(2).

Wardani, E. S., & Santosa, A.2020.Pengaruh Hallyu, Ambassador Merek, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian atas Produk Republik Natur di Yogyakarta. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*.8(2).

Widjaja, A. E., & Indrawati, L.2018. Pengaruh Lokasi,Harga,Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Ojek Online. *Jurnal Bisnis Terapan*.2(2).

Yoestini, & Rahma, E. S.2007. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.VI(3).

### **Internet**

Binus University Communication,Perjalanan Karir BLACKPINK Menjadi Girl Group Korea Selatan yang Mendunia, dalam,<https://communication.binus.ac.id/2022/12/17/perjalanan-karir-blackpink-menjadi-girl-group-korea-selatan-yang-mendunia/>,diakses tanggal 01 November 2022.

Mar'a Kamila Ardani Sarajwati,Fenomena *Korean Wave* di Indonesia,<https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>,diakses tanggal 12 Desember 2022.

Nabilla Az Zahrah Rahmat,Perjalanan Karir BlackPink Menjadi Girl Group Korea Selatan yang Mendunia,<https://communication.binus.ac.id/2022/12/17/perjalanan-karir-blackpink-menjadi-girl-group-korea-selatan-yang-mendunia/>,diakses tanggal 23 Oktober 2022

Si Manis.Pengertian *Brand Ambassador*, Karakteristik, Tugas dan Manfaat *Brand Ambassador* (Duta Merek) Menurut Para Ahli Lengkap, dalam,<https://www.pelajaran.co.id/pengertian-brand-ambassador-karakteristik-tugas-dan-manfaat-brand-ambassador-duta-merek-menurut-para-ahli/>,diakses tanggal 22 Oktober 2022.

Thalia Fikriatur Rosyidah,"*Blackpink,Ratu Merek Dunia*",dalam <https://kpi.iainkediri.ac.id/blackpink-ratu-merek-ternama-dunia/>,diakses pada 23 Oktober 2022

Tokopedia,Tokopedia.com,dalam,<https://www.tokopedia.com/about/>,diakses tanggal 23 Oktober 2022.

Vika Azkiya Dihni,10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022,dalam,<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>,diakses tanggal 10 Desember 2022.