

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Aptaguna & A, Pitaloka. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. Widyakala, 3, 49-56
- Adhardianto, Restu Danang. (2020). *Pengaruh Program Kelompok Usaha Bersama dan Peran Pendamping terhadap Etos Kerja dan Produktivitas Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus)*. (Tesis: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). <http://repository.radenintan.ac.id/13509/>
- Alam, Wirna Milda., Sandung, Cindy Lestari., & Awaru, A. Octamaya Tenri. (2023). *The Influence of the Korean Wave on the Dynamics of Multiculturalism Among Indonesia's Young Generation*. Journal of Indonesian Culture and Beliefs (JICB), 2(1), 1-12.
- Anastasiah, Veliyana Dwi. (2021). *Pengaruh Product Placement Dalam Drama Korea Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung*. (Skripsi Sarjana, Universitas Hasanudin). <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/8310/>
- Anggraini, Zhafira Atika., Lestari, Arfina Ayu., & Novitasari, Hanifah. (2023). *Pengaruh Product Placement Dalam Drama Korea Dan E-WOM Terhadap Purchase Intention Pada Produk Scarlett Whitening*. JAMBURA, 6(2), 874-881.
- Ardia, Velda. (2014). *Drama Korea dan Budaya Populer*. Jurnal Komunikasi, 2(3), 12-18.
- Aries, Muhammad., Sunarti, Sunarti., & Mawardi, M. Kholid. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Make up Artist yang Membeli dan Menggunakan Produk KRYOLAN di Kabupaten Bojonegoro)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 6(3), 36-44.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Binus University. *Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linear*. Diakses pada 26 Februari 2023, pukul 12.02 WIB, dari: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20koefisien%20determinasi%20>

- Cahyani, Anisa & Zahara, Zakiyah. (2021). *Pengaruh Korean Wave Dan Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Korea*. Jurnal Smart, 1(1), 20-26.
- Fauzy, Ahmad., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian*. Purwokerto Selatan: CV Pena Persada.
- Febila, Rizka. (2022). *Pengaruh Korean Wave, Country Of Origin dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Produk Makanan Korea Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Remaja di Bandar Lampung)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). <http://repository.radenintan.ac.id/22337/>
- Febri, Hari, & Robby. (2021). *Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador Dan Tagline “WIB” Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Melalui Minat Beli*. Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 3, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun.
- Ferdinand. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Forum Akademik. (2022, 8 Desember). *Rumus Lemeshow: Rumus Perhitungan Sampel Apabila Populasi Tidak Diketahui*. Diakses pada 10 Desember 2023 pukul 19.23 WIB, dari Forum Akademik: <https://forumakademik.com/rumus-lemeshow-rumus-perhitungan-sampel-apabila-populasi-tidak-diketahui/>
- Ginting, Dahlia Br. (2009). *Struktural Equation Model (SEM)*. Media Informatika, 8(3), 121-134.
- Hanjani, Giovani Antania & Widodo, Arry. (2019). *Consumer Purchase Intention: The Effect of Green Brand and Green Knowledge on Indonesian Nestle Company*. Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB), III(1), 39-50.
- Henry. (2021, 8 Oktober). *Indonesia Tempati Urutan Ke-4 Penggemar Korean Wave Terbesar di Dunia*. Diakses pada 28 September 2023 pukul 10.05 WIB, dari Liputan 6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempati-urutan-ke-4-penggemar-korean-wave-terbesar-di-dunia>
- Hussein, Ananda Sabil. (2015). *Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) Dengan Smartpls 3.0*. (Modul Ajar, Universitas Brawijaya).
- Javier, Faisal. (2023, 10 Februari). *Beda Nasib Drakor dan K-Pop di Pasar Hiburan Digital Indonesia*. Diakses pada 26 September 2023 pukul 20.39

WIB, dari Tempo: <https://data.tempo.co/data/1618/beda-nasib-drakor-dan-k-pop-di-pasar-hiburan-digital-indonesia>

Javier, Faisal. (2023, 8 November). *Capaian Indonesia di Indeks Inovasi Global 2023 Dibanding Negara-negara ASEAN*. Diakses pada 12 Juni 2024 pukul 22.47 WIB, dari data.tempo.co: <https://data.tempo.co/data/1784/capaian-indonesia-di-indeks-inovasi-global-2023-dibanding-negara-negara-asean>

Juliandi, Azuar. (2018). *Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) dengan Smartpls*. (Modul Penelitian, Universitas Sumatera Utara).

Katopo, F.X. Richard. (2015). *Analisa Pengaruh Individual Factor Terhadap Entrepreneur Motivation Mahasiswa Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra Surabaya*. AGORA, 3(1), 677-685.

Kemenperin. (2020, 7 September). *Indonesia Berpotensi Lahirkan Banyak Global Brand*. Diakses pada 12 Juni 2024 pukul 23.05 WIB, dari Kemenperin.go.id: <https://kemenperin.go.id/artikel/21981/Indonesia-Berpotensi-Lahirkan-Banyak-Global-Brand>

Kotler, Philip & Keller, Kevin Line. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

KPPU. *CEDS Unpad: Tingkat Persaingan Usaha Indonesia Tahun 2023 Meningkat*. Diakses pada 12 Juni 2024 pukul 22.15 WIB, dari KPPU go.id: <https://kppu.go.id/blog/2024/01/ceds-unpad-tingkat-persaingan-usaha-indonesia-tahun-2023-meningkat/>

Kristanto, Harris & Brahmana, Ritzky Karina M.R. (2016). *Pengaruh Product Placement pada Film Indonesia Terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention Masyarakat Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 10(1), 20-26.

Kriyantono, Rachmat. (2013). *Manajemen Periklanan*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Lady Josman. (2022, Desember 31). *Tutorial SEM PLS: Metode Analisis Data*. [Video]. Diakses pada 12 Februari 2023, dari YouTube, <https://youtu.be/4tBKOn2xf-4?si=9Nn5EN2gyypy6tn->

Lemeshow, dkk. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Terj. Diby Pranomo. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Mahardika, Maryani, Eni., & Rizal, Edwin. (2022). *Budaya Korean Wave Sebagai Komoditas Industri Media Indonesia*. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 5(1), 121-133.

- Mranani, Titah. (2023, 18 Juni). *5 Produk Lokal Indonesia Ini Mendunia Gara-gara Drama Korea*. Diakses pada 7 Desember 2023 pukul 13.48 WIB, dari Merdeka: <https://www.merdeka.com/gaya/5-produk-lokal-indonesia-ini-mendunia-gara-gara-drama-korea-1245-mvk.html?screen=15>
- Muhamad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Murti, Rizki Adhitya & Pantawis, Setyo. (2023). *Brand Ambassador, Korean Wave dan Brand Image dalam Pembentukan Brand Awareness Pada Produk Skincare Somethinc di Kota Semarang (Studi Pada Aktris Han So Hee Sebagai Brand Ambassador)*. *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 5(2), 302-312.
- Nurfebiaraning, Sylvie. (2017). *Manajemen Periklanan*. Sleman: CV Budi Utama.
- Nurrahmah, Arfatin., dkk. (2021). *Pengantar Statistika 1*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Oktaviani, Jusmalia & Pramadya, Teguh Puja. (2021). *Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan*. *Insignia Journal of International Relations*, 8(1), 87-100.
- Prakasi, Linda Desy. (2017). *Pengaruh Produk Placement Terhadap Brand Wearness dan Brand Image (Studi Kuantitatif Pengaruh Produk Placement Tora Cafe Di Tayangan Sinetron Anak Langit SCTV dalam Membangun Brand Awareness dan Brand Image pada Penonton Sinetron di Wilayah Kelurahan Nasukan Kota Surakarta)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Sebelas Maret Surakarta). <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/68127/Pengaruh-Product-Placement-terhadap-Brand-Awareness-dan-Brand-Image-Studi-Kuantitaif-Pengaruh-Product-Placement-Tora-Cafe-di-Tayangan-Sinetron-Anak-Langit-SCTV-dalam-Membangun-Brand-Awareness-dan-Brand-Image-pada-Penonton-Sinetron-di-Wilayah-Kelurahan-Nusukan-Kota-Surakarta>
- Pratama, Jallu. (2018). *Pengaruh Product Placement Terhadap Brand Awareness Melalui Film (Penelitian Eksperimental tentang Pengaruh Tingkat Terpaan Product Placement terhadap Tingkat Brand Awareness Kedai Kopi Filosofi Kopi Jogja melalui Film Filosofi Kopi 2 pada Anggota Komunitas BKVR Yogyakarta)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Atmajaya Yogyakarta). <http://e-journal.uajy.ac.id/16843/1/KOM04460.pdf>
- Purba, Andrew Bima Markus & Nugroho, Dian Ari. (2018). *Pengaruh Produk Klasemen Samsung dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention (Studi Kasus Pada Penonton Film Batman V Superman: Dawn Of Justice*

- Di Kota Malang*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 6(2), 1-10.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni & Hidayah, Asmi Ayuning. (2020). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 04(01), 37-46.
- Puspitasari, Nanda., Aphrodite, Naila., & Sulaeman, Eman. (2023). *Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc*. *Universitas Dharmawangsa*, 17(1), 302-314.
- Putri, Idola Perdini., Liany, Farah Dhiba Putri., & Nuraeni, Reni. (2019). *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*. *ProTVF*, 3(1), 68-80.
- Rafdinal, Wahyu., dkk. (2022). *Penempatan Produk pada Drama Korea terhadap Minat Pembelian Produk*. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(1), 85-100.
- Raharjo, Sahid. (2018). *Panduan Analisis Faktor dan Interpretasi dengan SPSS Lengkap*. Diakses pada 12 Juni 2024 pukul 11.32 WIB, dari [spssindonesia.com](https://www.spssindonesia.com): <https://www.spssindonesia.com/2018/12/analisis-faktor-dan-interpretasi-spss.html?m=1>
- Rohma, Anissa Firda Nur. (2023). *Pengaruh Product Placement, Brand Awareness, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Scarlett (Studi Kasus Pada Drama Korea Today's Webtoon Dikalangan Mahasiswa S1 Unisma)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Malang). <https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/7560>
- Sahir, Syafrida Hafni. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.
- Santosa, Sigit. (2009). *Creative Advertising*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sitorus, Sunday Ade., dkk. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Srihati, Evalina. (2018). *Pengaruh Korean Wave dan Country of Origin terhadap Brand Awareness dan Brand Image Kosmetik Korea (Survei pada Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Konsumen Produk Kosmetik Etude House)*. (Skripsi Sarjana: Universitas Brawijaya). <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/165247/>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tashandra, Nabila. (2023, 9 Januari). *Penggemar Budaya Korea di Indonesia Dinilai Tinggi di Antara 26 Negara*. Diakses pada 22 November 2023 pukul 19.13 WIB, dari Travel Kompas: <https://travel.kompas.com/read/2023/09/01/150500827/penggemar-budaya-korea-di-indonesia-dinilai-tinggi-di-antara-26-negara?page=all>
- Valenciana, Chaterine & Pudjibudojo, Jetie Kusmiati Kusna. (2022). *Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia*. Jurnal Diversita, 8(2), 205-214.
- Villa, Caren & Utami, Lusia Savitri Setyo. (2023). *Pengaruh Product Placement Kopiko dalam Drama Korea terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Muda*. Prologia, 7(1), 1-7.
- Wulandari, Krisna Ayu. (2019). *Efektivitas Product Placement Hyundai Pada Drama Korea Descendants of the Sun terhadap Brand Awareness Survey pada Penonton Drama Korea Dots di Tangerang*. Jurnal Visi Komunikasi, 18(02), 127-140.