

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, R., & Yunani, A. 2023. *Pengaruh Brand Ambassador Sehun Exo Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image (Studi Kasus Brand Whitelab)*. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 8(2), 1394. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1294>
- Ahmad, R. F., & Azizah, N. 2021. *Peran Sikap Pada Iklan Dalam Memediasi Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken*. Jurnal Syntax Admiration, 2(2).
- Andini, D. D. 2023. *Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc Di Solo Raya*.
- Andini, D.D. 2023. *Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc Di Solo Raya*. Diakses: 6 Desember 2023; 18.30
- Andrews, J. Craig and Terence Shimp. 2018. *Advertising, Promotion, And Other Aspects Of Integrated Marketing Communications*, 10th Edition. USA: Cengage Learning
- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2017. *Prosedur Penelitian Suatu Penelitian Praktis*. Penerbit: Rineka Cipta, Jakarta. Afandi.
- Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2018). *Pre-Loved? Analysing The Dubai Luxe Resale Market*. Palgrave Macmillan Ltd.
- BRI. *Ketahui Perkembangan E-Commerce Di Indonesia: Pengertian, Jenis, Dan Manfaatnya*. Diakses: 2 Desember 2023; 18.00 WIB <https://developers.bri.co.id/id/news/ketahui-perkembangan-e-commerce-di-indonesia-pengertian-jenis-dan-manfaatnya>
- Cahyani, A., & Zahara, Z. 2021. *Pengaruh Korean Wave Dan Beauty vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Korea*. Jurnal SMART, 1(1), 020–026.
- Cek Produk BPOM. 2022, Diakses: 24 November 2023; 17.43 WIB <https://cekbpom.pom.go.id/>
- Cek Produk BPOM. 2023, Diakses: 24 November 2023; 17.50 WIB <https://cekbpom.pom.go.id/>
- Cholil, Akmal Musyadat. 2018. *150 Brand Awerness Ideas. Quadrant*. Yogyakarta.

- Faisal, R., & Damarwati, W. 2023. *The Effect Of Song Joong Ki As A Brand Ambassador Of Scarlett Whitening Products On The Purchase Interest Of Students In Korea Language Study Program*. International Journal of Research in Commerce and Management Studies, 05(01), 125–133. <https://doi.org/10.38193/ijrcms.2023.5108>
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Firmansyah, M. A. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media
- Fitriany, & Kamaluddin, L. O. A. (2022). *Pengaruh Korean Wave Brand Ambassador Dan Brand Personality Terhadap Minat Beli Produk Laneige Pada Wanita Generasi Milenial Di Kota Makassar*. Nobel Management Review, 3(1). <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/NMaR>
- Ghozali, I. 2016 *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli*. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- Handayani, Ririn. 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. 2017. *Electronic Word Of Mouth (Ewom) In The Marketing Context*. *Springerbriefs In Business*. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-52459-7>
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. 2017. *Electronic Word Of Mouth (Ewom) In The Marketing Context: A State Of The Art Analysis And Future Directions*. Switzerland: Springer
- Ismagilova, Elvira et.al. 2017. *Electronic Word Of Mouth In Marketing Context*. Switzerland: Spriger
- Je Seong, Jeon dan Yuwanto. 2014, *“Era Emas Hubungan Indonesia-Korea: Pertukaran Kultural Melalui Investasi Dan Migrasi,” Hubungan Internasional Indonesia - Korea Selatan*, Penerbit Buku Kompas.
- Kotler dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Kotler & Armstrong - Principles Of Marketing 17th Global Edition* 2018. In Pearson. https://www.pearson.com/nl/en_NL/higher-education/subject-catalogue/marketing/Principles-ofMarketing-Kotler-Armstrong.html

- Krisanawati, M. 2023 *Pangsa Pasar Besar, Industri Kosmetik Indonesia Makin 'Glowing*, Diakses: 23 November 2023; 16.00 WIB
<https://www.rri.co.id/bisnis/365453/pangsa-pasar-besar-industri-kosmetik-indonesia-wwmakin-glowing>
- Lee, H., & Chae, M.-S. 2018. *The Effects Of Perceived Korean Wave Brand's Globalness And Localness On Vietnamese Consumers, Attitudes Toward Korean Products And Purchase Intention (Proceeding)*. Economics And Finance Research Conference.
- Lestari, H. 2018. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*.
- Majid, A. A. Al, & Sumadi. 2022. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen Pakaian Pada E-Commerce Di Yogyakarta* (Vol. 01, Issue 03).
<https://journal.uii.ac.id/selma/index>
- Media Indonesia. 2023 *Potensi Pasar Skincare Indonesia Bisa Seperti Korea dan Thailand, Asalkan Jenama Lokal makin Eksis*, Diakses: 23 November 2023; 16.40 WIB.
- Nguyen, X. T. (2020). *Factors That Influence The Intentions To Revisit Korean Of Vietnamese Tourists*. The Journal of Asian Finance, Economics, and Business, 7(4), 247-258
- Nurhuwaida, N., & Sholahuddin, M. 2024. *The Influence Of Brand Awareness And Brand Ambassadors On Buying Interest With Brand Image As An Intervening Variable*. Jurnal Ilmu Manajemen, 9.
- Nursal, M. F., Rianto, M. R., Rohaeni, H., & Saputra, F. 2023. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Bekasi*. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital, 1(3).
<https://doi.org/10.38035/jmpd.v1.i3>
- Populix. 2022. *Apa Itu Brand Ambassador? Pengertian, Tugas, Jenis Dan Skill*. Diakses: 2 Desember 2023; 20.00 WIB
- Pradani, D. A., & Mangifera, L. 2024. *Purchase Decision Influenced By Brand Ambassador, Korean Wave, Brand Image Mediated By Buying Interest* (pp. 670–685).
https://doi.org/10.2991/978-94-6463-204-0_56
- Pramadya, T. P., & Oktaviani, J. 2016. *Hallyu (Korean Wave) As Part Of South Korea's Cultural Diplomacy And Its Impact On Cultural Hybridity In*

- Indonesia*. Jurnal Dinamika Global, 1(01).
<https://doi.org/10.36859/jdg.v1i01.16>
- Prasetyo, Bambang D. dkk. 2018 *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press
- Prasetyo, Priyono Puji. 2015. *Decission Support System (DSS) Dalam Auditing: Untuk Apa Digunakan ?*.Jurnal Akuntansi dan Investasi, 1 (2), h: 62-67.
- Prastyo, N. A., Suharto, A., & Tyas, W. M. 2018. *Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Online Shop*.
- Priansa, D. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priyanto, P. F., Purwanto, H., & Dessyarti, R. S. 2021. *Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador Dan Tagline “WIB” Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Melalui Minat Beli*.
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. 2023. *Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc*. 17(1), 302–314.
- Putri, N. A. T., & Aryanto, V. D. W. 2023. *Pengaruh Online Customer Review, Electronic Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang)*. Journal Of Social Science Research, 3(2), 11238–11249.
- Putri, S. I., Yulianti, E., Saputra, G. G., & Ningrum, H. F. 2022. *Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace*. Jurnal Ilmiah Poli Bisnis, 14. <https://ejournal2.pnp.ac.id/index.php/jipb>
- Sarajwati, M.K.A., 2020. *Fenomena Korean Wave Di Indonesia*. Diakses: 3 Desember 2023; 18.25 WIB
<https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Sari, E. B., Hulaify, A., Zakiyah, & Komarudin, P. 2023. *Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Korean Food Menurut Teori Perilaku Konsumen Islam*. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK), 2(1).
- Sari, F. M., Ariyanti, R., & Notoatmojo, M. I. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, E-Wom, Harga Produk, Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs E-Commerce Lazada (Studi Kasus Umkm Kab. Pekalongan)*.

- Sari, K. D. K., & Sharif, O. O. 2021. *Pengaruh E-Wom Di Media Sosial Youtube Terhadap Purchase Intention (Minat Beli) Pada Brand Smartphone Samsung*. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 10(9), 737–750. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Sari, V. A. P. 2023. *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Korean Wave(Hallyu) dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Nature Republic (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Purwokerto)*.
- Sari, W. P. 2023. *Pengaruh Korean Wave Terhadap Tren Kecantikan Di Indonesia*, Diakses: 26 November 2023; 18.00 WIB <https://kumparan.com/wirapsari/pengaruh-korean-wave-terhadap-tren-kecantikan-di-indonesia-1zY6XkMtQcH/3>
- Silfitri & Hermawan, D. 2023 *Social Media Marketing On Brand Awareness Local Indonesian Cosmetic Somethinc*. Jurnal Bisnis Terapan. <https://doi.org/10.24123/jbt.v7i1.5260>
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Srihartati, E. dan Abdillah, Y. 2018. *Pengaruh Korean Wave Dan Country Of Origin Terhadap Brand Awareness Dan Brand Image Kosmetik Korea*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.10. Hal. 36-45
- Srihartati, S. D., & Abdillah, A. 2018. *Korean Wave: Sebuah Kajian Fenomena Budaya Pop Korea Di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiati. 2019. *Dampak Etnosentrime Dan Budaya Populer Terhadap Sikap Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. 4 (2) : 27-31.
- Surya, A. A. 2021. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Sabun Lux Di Surakarta*
- Sylvianita, A. 2023. *The Influence Of E-Service Quality And Brand Ambassadors In Forming Consumer Confidence That Has An Impact On Consumer Buying Interest In The Tokopedia Application*. Formosa Journal Of Sustainable Research, 2(2), 365–388. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v2i2.3124>

- Wardani, A. A. K., & Istiyanto, B. 2022. *Peran Brand Ambassador, Brand Image, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Co-branding Samsung X Bts)* (Vol. 06, Issue 01).
- Wibowo, A. 2015. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Berbasis Android*. Jurnal Ilmu Manajemen, 71-88.
- Wulandari, R., & Susanti, N. F. 2023. *How Does The Electronic Word Of Mouth (Ewom) Build Brand Trust In Increasing Buying Interest During The Covid-19 Pandemic?* International Journal of Economics, Business and Management Research, 5(03).
<https://www.researchgate.net/publication/349702951>