

## DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, et., al. 2000. *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Dermawan, Zulrama. 2018. -Peranan Celebrity Endorser Dalam Menarik Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram.¶
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP Undip.
- H, Lestari. 2019. -Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian.¶
- Huang, Xiaowei. 2009. —\_ Korean Wave ‘ — The Popular Culture , Comes as Both Cultural and Economic Imperialism in the East Asia.¶ (1983):123–30.
- Hyejung, Ju. 2010. -Glocalization OfThe Korean Popular in East Asia: Theorizing Of The Korean Wave.¶ *Dissertation Publishing (UMI)*.
- Ilmi, Sofia, Supawi Pawenang, and Setya Marwati Fithri. 2020. -PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE (CITRA MEREK) DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE KOREAN SPICY CHICKEN.¶ 04(01):103–13.
- Ismail, Muhammad. 2012. *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra Dan Loyalitas Merek*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Keller, K. .. 2013. -Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity, Pearson Education,Essex.¶
- Kennedy, John. E dan Soemanagara, dermawan. 2016. *Marketing Communication – Taktik Dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kotler, P. dan K. .. Kaller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13.

Jakarta: Erlangga.

- Kusbianto, Octaviany. 2015. -The Impact Of Korean Wave Towards Indonesian People's Decision In Buying Korean Product: Implementation Of The 156 Modificaton Of Theory Of Planned Behaviour.‖ *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Lafaurie, Jean. 2017. -Deux Monnaies Mérovingiennes Trouvées à Reculver (Kent).‖ *Bulletin de La Société Nationale Des Antiquaires de France* 1971(1):209–19. doi: 10.3406/bsnaf.1973.8048.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-Book*. USA: Somerset.
- Lee, Bumjun, Sunny Ham, and Donghoon Kim. 2014. -Preferences for Korean Restaurants : A Mediating Effect of a Country Image of Korea.‖ *International Journal of Hospitality Management*. doi: 10.1016/j.ijhm.2014.05.012.
- Lita, R. and Cho, Y. C. 2012. -The Influence Of Media On Attitudinal And Behavioral Changes: Acceptance Of Culture And Products.‖ *International Business & Economics Research Journal*.
- Mila, F dan S.ampurno, D. .. 2017. -Pengaruh Brand Ambassador Dan Hallyu Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Brand Switching Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Di Jakarta.‖ *Jural Ekonomi*.
- Misri, and Yulia Sasmita. 2019. -Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone OPPO ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi ).‖ *Jurnal Universitas Islam Sumatera Utara Medan* 58–66.
- Mulyani, Putu Ari, Ni Wayan Sudiartini, and Ni Luh Putu Sariyani. 2020. -Perilaku Masyarakat Kota Denpasar Dalam Mengkonsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food).‖ *JUMA: Jurnal Ilmu Manajemen* 10(2):91–103.
- Prajasantana, Kevin Argo, Anastasia Bernardin Dwi Mardiatmi, and Jenji

- Gunaedi Argo. 2021. -Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Senopati (Studi Pada Masa Pandemi Covid-19).*Journal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 2:187–200.
- Probosini, Dewi Amalia, Nurdin Hidayat, and Muhammad Yusuf. 2021. -Pengaruh Promosi Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening.*Journal Bisnis , Manajemen, Dan Keuangan* 2(2):445–58.
- Putra, Muhammad Ikhsan. 2014. -PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Survey Pada Pengguna LINE Di Asia ).*Journal of Business Management and Accounting* 12(1):1–10.
- Rangkuti, Wijaya. 2016. -Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening.*Journal of Business Management and Accounting* 14(1):1–10.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities, Selebriti Dalam Strategi Selebriti Untuk Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Samosir, Ligia Stephanie, Yuliani Rachma Putri, and Sylvie Nurfebriani. 2016. -Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung.*Journal of Sociotechnology* 15(2):233–40. doi: 10.5614/sostek.itbj.2016.15.02.6.
- Schiffman & Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen, Dialih Bahasakan Oleh Zulkifli Kasip (Edisi Ketujuh)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Shim, Doobo. 2011. -Waxing the Korean Wave.*Journal of Business Management and Accounting* 9(1):158–167.
- Sterie, Wua Gloria, James D. .. Massie, and Djurwati Soepono. 2019. -Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado.*Journal of Business Management and Accounting* 7(4):3139–48.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wulandari, Rizky Desty, and Donant Alananto Iskandar. 2018. -Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *J* 3(1):11–18.

Zaid. 2021. *Ekuitas Merek Dan Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifikasi Dan Kualitas Pelayanan*. Jawa Timur: Academia Publication.