

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf (2019). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta : Aswaja Presindo.
- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *MAKREJU : Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178–18
- Alvarez-torres, F. J., & Lopez-torres, G. C. 2019. Menghubungkan orientasi kewirausahaan untuk UKM prestasi Implikasi bagi universitas kewirausahaan. *Jurnal Manajemen*. Vol 2 : Hal 12 -20
- Alifahmi, Hifni. (2008). *Marketing communications orchestra*. Bandung: Examedia.
- Anoraga. (2009). *Psikologi Kerja*. Jakarta : Rineka Cipta
- Bungin. (2012). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali. Pers.
- Chapple-Sokol, “*Culinary diplomacy: Breaking bread to win hearts and minds*”. The Hague Journal of Diplomacy Volume 8 Issue 2. USA: Martius Hijhoff Publishers. 2013. Hlm 161-183
- Claudy Yudika, Strategi Gastrodiplomasi Korea Selatan Dalam Mendukung Kepentingan Nasional 2012-2016 “ Universitas Lampung, 2018, hlm 7-8 http://www.koreatimes.co.kr/www/news/biz/2009/05/123_42711.html dikses pada 27 September 2018
- Creswell, J.W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Tradition*. London: Sage Publications.
- Do, Thao Emilie. (2012). *Emergence of The Korean Popular Culture In The World*.
- Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *MAKREJU : Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178–189
- Hadwisia, Septyarti. (2011). *Hallyu: Studi tentang penggemar boyband Korea di Yogyakarta*. Thesis. Yogyakarta: FIB UGM.
- Hong. (2014). *The Birth of Korean Cool*. Australia: Picador.
- Iriantara, Yosol. (2011). *Hubungan media. Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

- (KCIS), Korean Culture and Information Service. The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon. Seoul: Ministry of Culture, Sports, and Tourism Republic of Korea, 2013.
- Kim, Eun Mee, and Jiwon Ryoo (2015). "South Korean Culture Goes Global: K-Pop and the Korean Wave." *Korean Social Science Journal* 34, no. 1. 117–52
- Kotler, Philip, Keller, Kevin L. (2008). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin L. (2009). *Marketing management*. 13rd ed. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Leonardo. (2019). "Diplomasi Budaya Korea Selatan Dan Implikasinya Terhadap Hubungan Bilateral Korea Selatan - Indonesia." *Global Political Studies Journal* 3(1):1–32.
- Moleong Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sella A. (2013). *Konformitas dan Fanatisme*. Jakarta: Balai Pustaka
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi.
- Thasia Chaerunisa. (2022). *Analisis Pemanfaatan Korean Wave, Brand Ambassador, Dan Strategi Creative Digital Marketing Pada Keputusan Pembelian*. Thesis.

- Touhami, B., & Al-Haq, F. A.-A. (2017). The influence of the Korean wave on the language of international fans: Case study of Algerian fans. *Sino-US English Teaching*, 14(10), 598–626
- Yanita, Sari. (2012). *Korean Wave*. Yogyakarta: IdeaTerra Media Pustaka
- Wang, C. L. (2021). New frontiers and future directions in interactive marketing: Inaugural Editorial. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(1), 1–9. <https://doi.org/10.1108/JRIM-03-2021-270>