

DAFTAR PUSTAKA

- Acil, D. (2022, Maret 5). Han So Hee Resmi Jadi Beauty Guru Brand Somethinc!. Di akses pada 25 April 2023, dari <https://editorial.femaledaily.com/blog/2022/03/05/han-so-hee-resmi-jadi-beauty-guru-brand-somethinc>
- Ahdiat, A. (2022, September 20). Produk yang Bikin Orang Teringat pada Idol K-Pop. Di akses pada 24 April 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-produk-yang-bikin-orang-teringat-pada-idol-k-pop>
- Andara, Y. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador K-Pop Idol NCT 127 Terhadap Minat Beli Penggemar K-Pop Di Blibli.
- Andrean Sukoco, S. (2018). *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Alifia Sarah Mardiani, A. W. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake. *e-Proceeding of Management : Vol.5, No.2* , 2577-2583.
- Antara, E. P. (2022, Maret 7). Dinilai Berani dalam Berkarya, Han So Hee jadi Brand Ambassador Somethinc. Di akses pada 24 April 2023, dari <https://www.cantika.com/read/1567844/dinilai-berani-dalam-berkarya-han-so-hee-jadi-brand-ambassador-somethinc>
- Astira, B. (2022, Maret 5). Somethinc Tunjuk Han So Hee Jadi Brand Ambassador, Kenapa?. Di akses pada 25 April 2023, dari <https://www.marketeers.com/somethinc-tunjuk-han-so-hee-jadi-brand-ambassador-kenapa/>
- A, P. (2020). Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada pengguna Bukalapak di Malang). 1-21.
- Bambang D. Prasetyo dkk. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* . Malang: UB Press.
- Baer, J. (2022). *How Gen Z Uses Word of Mouth*. Di akses pada 12 September 2023, dari https://www.convinceandconvert-com.translate.goog/digital-marketing/gen-z-statistics/?_x_tr_sl=en
- dkk, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Gawe Buku.
- Fajarudin Isnani M, R. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Tiket.com Di Jawa Barat. *e-Proceeding of Management: Vol.8*, 164 - 170.
- Faradilla M, A. S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Maybelline New York Melalui Sikap pada Iklan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 12. No. 1*, 97 - 104 .
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, D. W. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial melalui Brand Ambassador pada Cakekinian. *Vol 7, No 2*, 1-16.
- GoodStats. (2022). *Deretan Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak, Indonesia Nomor Satu*. Di akses pada 12 September 2023 dari, <https://goodstats.id/infographic/deretan-negara-dengan-fans-k-pop-terbanyak-indonesia-nomor-satu-1Q3Y>

- Henry. (2021, Oktober 8). Indonesia Tempati Urutan ke-4 Penggemar Korean Wave Terbesar di Dunia. Di akses pada 24 April 2023 dari, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempati-urutan-ke-4-penggemar-korean-wave-terbesar-di-dunia>
- Kaligis, S. A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Song Joong Ki terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Publish Volume 2, No. 1*, 1-16.
- Karina Amaliantami Putri, A. M. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z . *NUSA, Vol. 14 No. 1*, 125 - 135.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- M.Pohan, M. e. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. *Volume 6 Nomor 2*, 1498 - 1508.
- Mukmin Pohan1, M. E. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. *Volume 6 Nomor 2, April 2022*, 1498 - 1508.
- Muhamad Ravi Zuswayuda, U. N. (2018). Hubungan antara Brand Ambassador dengan Minat Beli Konsumen. *Prosiding Manajemen Komunikasi, Vol 4 No 2*, 356-363.
- Nissa, R. S. (2022, Maret 5). Brand Ambassador Brand Kecantikan Lokal, Han So Hee: Aku Bucin Somethinc, Kamu?. Di akses pada 25 April 2023, dari <https://www.dewiku.com/beauty/2022/03/05/104941/jadi-brand-ambassador-brand-kecantikan-lokal-han-so-hee-aku-bucin-somethinc-kamu#!>
- Narwastu, D. A. (2021, November). *Brand Lokal Ini Jadi Top 1 Skincare Brand Terlaris*. Retrieved from <https://www.beautynesia.id/beauty/brand-lokal-ini-jadi-top-1-skincare-brand-terlaris/b-240973>
- Nofiwaty, M. E. (2020). Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *SIJDEB, Vol. 4 No. 1*, 21-30.
- Noviyanti, K. A. (2017). Strategi Branding Melalui Penggunaan Brand Ambassador Di PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) Kantor Pusat Bandung (Studi Kasus ST 12 Sebagai Brand Ambassador). *e-proceeding of Management, Vol 4, No. 3 Desember*, 3368-3374.
- Nusaresearch. (2018, Oktober). *Laporan Riset Grup K-Pop* .Diakses pada 15 Agustus 2023, dari https://nusaresearch.net/public/news/863-Laporan_Riset_Grup_K-Pop_Tahun_2018.nsr
- Paul S Levy, S. L. (2018). *Sampling of Populations: Methods and Applications*. 4th Edition, John Wiley & Sons, Hoboken.
- Putri, C. N. (2022, September). *Menurut Survei, Ternyata Ini Alasan Perempuan Indonesia Menyukai Brand Kecantikan Lokal*. Diakses pada 9 September 2023, dari <https://www.parapuan.co/read/533461916/menurut-survei-ternyata-ini-alasan-perempuan-indonesia-menyukai-brand-kecantikan-lokal>
- Pratiwi, F. S. (2023, September). *Survei: Gen Z Lebih Lama Main Medsos dari Generasi Lain* . Diakses pada 12 September 2023, dari [DataIndonesia.id](https://dataindonesia.id):

- <https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-gen-z-lebih-lama-main-medsos-dari-generasi-lain>.
- Pradita S, Y. N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Twice terhadap Minat Beli. *Bandung Conference Series: Public Relations* , 1-6.
- Presilia Shella, K. N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Atta Halilintar dan Saaih Halilintar terhadap Minat Beli. *Kalbisocio, Jurnal Bisnis dan Komunikasi, Volume 8, No. 1*, 1-8.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Saekoko, A. N. (2020). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana) . *Journal Of Management, Vol. 11, No.1*, 49-64.
- Shandra Okta Lisa, N. J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Agnez Mo Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lazada Di Kota Bandung The Influence Of Brand Ambassadors Agnes Mo On Lazada Consumer Purchase Intention In Bandung City. *e-Proceeding of Management : Vol.8, No.5* , 5696-5713.
- Shavira, V. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Jessica Mila Terhadap Minat Beli Produk Fair And Lovely (Studi Korelasional Pada Siswi di SMK Swasta Tunas Karya Batang Kuis) .
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta Bandung.
- Sutalibani S, U. K. (September-Desember2022). Pengaruh Brand Ambassador BTS terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Journal on Education Volume 05, No. 01*, 1415-1419
- Tionardus, M. (2020, Juni 10). *Tanggapan Han So Hee Dapat Hujatan Netizen Indonesia gara - gara Peran Pelakor*. Di akses pada 12 Juni 2023, dari <https://www.kompas.com/hype/read/2020/06/10/1015236666/tanggapan-han-so-hee-dapat-hujatan-netizen-indonesia-gara-gara-peran?page=all>
- Wekke, D. I. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Gawe Buku.
- Wibowo Qaedaniesia Khalyza, U. P.-2. (September-Desember2022). Pengaruh Brand Ambassador BTS terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Journal on Education Volume 05, No. 01*, 1415-1419.
- Wijaksana, B. D. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Armor Kopi Bandung. *e-Proceeding of Management, Vol 4, No. 1* , 878-886.
- 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. (2022, November 1). Di akses pada 24 April 2023, dari <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokalterlaris>