

## DAFTAR PUSTAKA

- Alifah, N. N. (2022). Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia.
- Alfatih, Andy. (2020). *Cara Mudah Kerjakan Penelitian Metode Kuantitatif Eksplanatif (Confirmatory) 2 Variabel X Dan Y*. Unsri Press.
- Ardyan E., Boari Y., Akhmad M., Yuliyani L., S Stat, dkk. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF (Pendekatan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif Di Berbagai Bidang)*.
- Argamentari, P. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yunisa Salon Ponorogo* (Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Retrieved from <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/4125>
- Astika, Tri. S. (2015). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Celebrity Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Iklan Shampoo Loreal Versi Dian Sastro)* (Universitas Indonesia Library). Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia. Retrieved from <https://lib.ui.ac.id>.
- Cece, I. Sen. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *E-Jurnal Manajemen Kinerja*, 1(2), 101–110. Retrieved from <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/86>
- CNN Indonesia. (2022). Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter. Retrieved from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>
- Dewi, C. A. P. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Itzy Sebagai Brand Ambassador Pada Iklan Terhadap Minat Beli Ultra Milk Varian Rasa (Studi Terhadap Iklan Ultra Milk X ITZY #DontStopYourMove Pada Akun Instagram @ultra\_mym)* (Universitas Atma Jaya). Universitas Atma Jaya. Retrieved from <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/30321>
- Greenwood, G. L. (2012). *Fashion Marketing Communications* (1st editio). Sussex: John Wiley & Sons.
- Khairiyah Kamilah, J. M. (2021). The Effect Of Environmental Friendliness Fanaticism Of Students Towards Purchase Intention And Purchase Decision Of Organic Food. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 18(1).

- Khan, Marium Mateen. (2018). The Effect Of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Intention – Evidence From Q Mobile Lin.Pakistan Business Review
- Kasiram. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Malang: UIN Malang Press.
- Koreansalestwt. (2024). Top 100 Best-selling Artists on Hanteo (2003~2024.03.24). Retrieved from blogspot.com website: [https://koreansalestwt.blogspot.com/2024/03/top-100-best-selling-artists-on-hanteo\\_26.html](https://koreansalestwt.blogspot.com/2024/03/top-100-best-selling-artists-on-hanteo_26.html)
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lee, W. (2015). The Effects of the Korean Wave (Hallyu) Star and Receiver Characteristics on T.V Drama Satisfaction and Intention to Revisit. *International Journal of U- and e-Service, Science and Technology*, 8(11), 347–356. <https://doi.org/10.14257/ijunesst.2015.8.11.34>
- Lutfi, A. (2019). *Proses Kegiatan Pemasaran di PT. Citra Mandiri Wiguna (Perusahaan Media Luar Ruang di Jakarta)* (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4427>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas.
- Merdeka.com. (2023). Ultra Jaya, dari Industri Rumahan Berkembang Jadi Produsen Susu Terbesar di Indonesia. Retrieved from Merdeka.com website: <https://www.merdeka.com/uang/ultra-jaya-dari-industri-rumahan-berkembang-jadi-produsen-susu-terbesar-di-indonesia.html>
- MyMilk. (2022). Dukung Generasi Penuh Percaya Diri, Ultra Milk Gandeng Girlband ITZY Jadi Brand Ambassador.
- Naurah, N. (2023). Antara Produk BA Lokal dan BA Korsel, Mana yang Lebih Diminati Masyarakat?
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa*, 4(1), 73–86. <https://doi.org/10.24260/khatulistiwa.v4i1.230>
- Nurliati, & Mardian, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Pada Duta Cell Bima. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 5(1), 78–92. <https://doi.org/10.26460/md.v5i1.9651>
- Piri, G. V., Mananeke, L., & Ogi, I. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Smartphone Samsung Galaxy A di Chikal Celular Sukur Airmadidi. *Jurnal EMBA*, 9(1), 746–753. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.32564>

- Prakarsa, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10180>
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Slamet, Rokhmad, dan Sri Wahyuningsih. (2022). “VALIDITAS DAN RELIABILITAS TERHADAP INSTRUMEN KEPUASAN KERJA.” *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 17, no. 2.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta (Edisi 3, Cetak 2).
- Sumampouw, R., Nuraida, N., Wicaksono, M., & Rahman, A. (2023). Pengaruh Visual Merchandise, Price Discount, Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Behavior Pada Uniqlo Mall Of Indonesia. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 5(1), 480-490.
- Sundari, Z. A. (2024). Apresiasi KACA untuk Kolaborasi Brand dengan K-Pop dari Komunitas Fans Korea di Indonesia. Retrieved from Liputan 6 website: <https://www.liputan6.com/showbiz/read/5546201/apresiasi-kaca-untuk-kolaborasi-brand-dengan-k-pop-dari-komunitas-fans-korea-di-indonesia>
- Syawalia, R. (2023). 3RACHA Stray Kids Mendapat Pujian dari Kritikus Musik Korea. Retrieved from iStyle.id website: <https://khub.istyle.id/article/17638-3racha-stray-kids-mendapat-pujian-dari-kritikus-musik-korea/>
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond'S Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 311–316. <https://doi.org/10.31294/jeco.v3i1.59>
- Yuniarti M. (2018). Pengaruh E-Wom Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Kota Bandung. Islam Negeri (UIN) Universitas Pendidikan Indonesia.
- Yusron, A. A. (2020). Indonesia Jadi Negara ke-2 Terbanyak Memutar Lagu K-Pop. Retrieved from detik.com website: <https://hot.detik.com/kpop/d-4913437/indonesia-jadi-negara-ke-2-terbanyak-memutar-lagu-k-pop>