

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Amiruddin. (2010). *Statistik Pendidikan*, Yogyakarta: Teras
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Azwar, Saifuddin. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi 4, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Emilie, Thao. (2012). *Emergence of The Korean Popular Culture in The World*, Internasional bussines, Turku University
- Sari Yuanita. (2012). *Korean Wave dari K-POP Hingga Tampil Gaya Ala Korea*, Yogyakarta: Idea Terra Media Pustaka
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indah
- Lusi Suwandari. (2008). *Pengaruh Promotional Mix pada Peningkatan Volume Penjualan Kosmetika Skiva PT. Cosmo Lab Prima di Purwokerto*, Purwokerto: STMIK Amikom, Jurnal Pro Bisnis, Vol. 1
- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Royan, Frans M. (2004) *Marketing Celebrities*, Jakarta: PT. Flex Media Komputindo
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education
- Sumadi Suryabrata. (2000). *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*, Jakarta: Kencana

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Yuliara, I. M. (2016). *Modul Regresi Linier Sederhana*.
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro
- Asmajasari, Magdalena. (2017). *Studi Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*, Malang: UMM Press
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Schiffman, Leon dan leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7, Jakarta: PT Indeks.
- Wibowo. (2007). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Barry dan Evans (dalam Resti Meldarianda dan Henky Lisan). (2010). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Bandung. JBE Vol 17 No.2.

JURNAL

- Shania Lazuardy. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan dan Brand Ambassador Penyanyi BTS pada Tokopedia terhadap Minat Beli*
- Rima Nabila Raswen. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Citra Perusahaan Shopee Pada Mahasiswi di UIN Suska Riau*

- Puti Nuraini. (2015). *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Band Noah dalam Iklan Vaseline Men Terhadap Keputusan Pembelian Produk*
- Vanni Shavira. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador Jessica Mila Terhadap Minat Beli Produk Fair and Lovely (Studi Korelasional Pada Siswi di SMK Swasta Tunas Karya Batang Kuis)*
- Ferza Irsyadillah Praditama. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador BlackPink Terhadap Minat Beli Konsumen Laki-Laki di Tokopedia (Studi pada Mahasiswa Aktif Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie)*
- Nurjanah, Salpi Ayu. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador BTS (Bangtan Sonyeondan) Terhadap Minat Beli Konsumen Perempuan di E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus pada Kelompok Penggemar dan Non Penggemar BTS)*

ARTIKEL

- Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter. (2022). Di akses pada tanggal 30 Mei 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>
- Egsaugm. (2020). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Di akses pada tanggal 30 Mei 2022, dari <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- [Blibli Friends. \(2022\). *NCT 127 di Blibli 11th Anniversary dan Special Merch yang Bisa Kamu Dapatkan*. Di akses pada tanggal 7 Agustus 2022, dari https://www.blibli.com/friends/blog/nct-127-di-blibli-11th-anniversary-00/](https://www.blibli.com/friends/blog/nct-127-di-blibli-11th-anniversary-00/)
- Aria W. Yudhistira. (2021). *Pengaruh Artis K-Pop dan Influencer Menggaet Pasar E-Commerce*. Di akses pada tanggal 7 Agustus 2022, dari <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/60abaa6d421e6/pengaruh-artis-k-pop-dan-influencer-menggaet-pasar-e-commerce>

- Basuki Eka Purnama. (2022). *NCT 127 Jadi Duta Merek Blibli*. Di akses pada tanggal 7 Agustus 2022, dari <https://mediaindonesia.com/hiburan/504612/nct-127-jadi-duta-merek-blibli>
- Atti K. (2022). *Sasar Kaum Millenial dan Gen Z Blibli Gandeng NCT 127*. Di akses pada tanggal 7 Agustus 2022, dari <https://telegraf.co.id/ekonomika/sasar-kaum-millenial-dan-gen-z-blibli-gandeng-nct-127/>
- Shinta Ci. (2021). *Bikin Bangga, NCT Dream dan NCT 127 Raih Tripple Million Seller*. Di akses pada tanggal 7 Agustus 2022, dari <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2021/11/10/103523/bikin-bangga-nct-dream-dan-nct-127-raih-tripple-million-seller>
- Agustinus Mario Damar. (2022). *Blibli Jaga Relevenasi Layanan untuk Kepuasan Pelanggan Lewat Ekosistem Terintegrasi*. Di akses pada tanggal 1 September 2022, dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/5025667/blibli-jaga-relevenasi-layanan-untuk-kepuasan-pelanggan-lewat-ekosistem-terintegrasi>
- Bianda Ludwianto. (2022). *Blibli Ulang Tahun ke-11, Ingin Dekat dengan Pelanggan secara Online & Offline*. Di akses pada tanggal 1 September 2022, dari <https://kumparan.com/kumparanwoman/blibli-ulang-tahun-ke-11-ingin-dekat-dengan-pelanggan-secara-online-and-offline-1yYcofv4OoR/full>