

DAFTAR PUSTAKA

- A Suwuh, J. L., Kindangen, P., & Saerang, R. T. (2022). the Influence of Korean Wave, Brand Ambassador, and Brand Image on Purchase Intention of Somethinc Skincare Products in Manado Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc Di Manado. *Jurnla EMBA*, 10(4), 1146–1155.
- Aji, M., Nurlenawati, N., Triadinda, D., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Perjuangan, U. B. (2023). *Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Platform Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang)*. 4(6), 9373–9392.
- Andini, P., & Lestari, M. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia Praditha Nurul Andini 1 , Martha Tri Lestari S . Sos ., MM 2 Abstrak A . Pendahuluan Saat ini masyarakat sebagai konsumen di era modern ini cenderung memiliki kebias*. 8(2), 2074–2082.
- Cahyani, A., & Zahara, Z. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Korea. *Jurnal Smart*, 1(1), 20–26.
- Dalame, N., & Rustam, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelabuuhan Batu Ampar di Batam. *ILMIAH KOHESI*, 4(3), 218–227.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Fitriany, F., & Amijaya Kamaluddin, L. O. (2022). Pengaruh korean wave brand ambassador dan brand personality terhadap minat beli produk laneige Pada wanita generasi milenial di kota makassar. *Nobel Management Review*, 3(1), 39–51. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i1.2864>
- Jayanti, K. D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). *Whitelab Skincare Products On The Shopee Marketplace Pengaruh Harga Dan Testimoni Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Whitelab Pada Marketplace Shopee*. 4(6), 7284–7303.
- Kusuma, N. F. P., & Hasanah, Y. N. (2023). Pengaruh Brand Ambasadore NCTDream dan EWOM (Electronic Word of Mouth) terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas SAM Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 10(2), 760–769. <https://compas.co.id/article/Brand>
- Maulida, N. F., Saufi, A., & HS, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean wave Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Nacific Di Indonesia. *Unram Management ...*, vol.2, 224–232. <http://urgentrete.unram.ac.id/index.php/Identification/article/view/253%0Ahttp://urgentrete.unram.ac.id/index.php/Identification/article/download/253/39>
- Nurfadilah, N., & Fitriani, L. K. (2023). Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Brand Imageserta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 232–250. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Priyanto, F. P., Purwanto, H., & Dessyarti, R. S. (2021). Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador dan Tagline “WIB” Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Melalui Minat Beli. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 3.
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand

- Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302–314. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i1.2943>
- Rosmayati, S., Sudirman, A., Haerany, A., Arifudin, O., Rijal, K., Alaydrus, S., Rusmana, Fenny, D., Syamsuriansyah, C., Hanika, ita M., & Nugroho, L. (2020). *Perilaku Konsumen dan perkembangannya di Era Digital*.
- Rusydi, M. T. (2022). Sosialisasi Etika dalam Pemanfaatan Internet di Desa Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 3(2), 79–86. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/manage/article/view/8300%0Ahttp://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/manage/article/download/8300/4033>
- Sari, W. I. (2019). Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga SBI, Nilai Tukar Terhadap Return LQ 45 dan Dampaknya Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.32493/skt.v3i1.3263>
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Siswandi, R. A., & Djawoto. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word of Mouth erhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 5.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1. *Dasar Metodologi Penelitian*, 1–109.
- Suradi, Satalibani, S., Muthmainnah, & Utomo, K. (2022). Pengaruh Brand Ambassador BTS terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Journal on Education*, 05(01), 1415–1419.
- Triadinda, D., Yani, D., Efendi, M., Sawir, M., Buana Perjuangan Karawang, U., & Sang Bumi Ruwa Jurai, U. (2022). Strategi Membangun Branding Brand Image Melalui Digital Marketing Pada Kopi Sanggabuana Karawang Di Era 5.0 Strategy for Building Brand Image Branding Through Digital Marketing At Coffee Sanggabuana Karawang in the 5.0 Era. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (Pengabmas Nusantara)*, 4(4), 94–105. <https://ejournal.unimman.ac.id/index.php/pengabmas94>
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>
- Yoel, D. A., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntans*, 9(4), 136–145.
- Suryadi, S., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Sekolah Sepak Bola Al-Hudud Karawang. *Jurnal Mirai* ..., 8(2). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/5354%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/5354/3626>
- Adi Ahdiat. 2022. Ini Medsos Favorit Komunitas Penggemar K-Pop. Diakses pada 31 Oktober 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/08/ini-medsos-favorit-komunitas-penggemar-k-pop>
- Akbar Bhayu tatomo, Bayu Galih, 2022. Negara Paling Banyak Bicarakan K-Pop di Twitter Indonesia Teratas. Diakses Pada 31 Oktober 2023 dari <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/02/11/111100582/infografik--negara-paling-banyak-bicarakan-k-pop-di-twitter-indonesia>.

[Compas.com](#), 2022. Brand Skincare Lokal Terlaris di Marketplace. Diakses pada 31 Oktober 2023 dari [10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce - Kompas](#)

[Ivana Deva Rukmana](#), 2022. Kompas Market Insight Report 1 Semester 2022, Siapa Juara di Paruh Pertama. Diakses Pada 31 Oktober 2023 dari <https://kompas.co.id/article/market-insight-report-shopee-tokopedia/#:~:text=Kompas%20Market%20Insight%20Report%201%20Semester%202022%2C%20Siapa,dan%20Tokopedia%20dengan%20menjual%20produk%20sebanyak%2048%2C5%20juta>

[Lia Sutiani](#), 2022. Top 10 Brand Serum Wajah Terlaris 2022 di E-Commerce:Scarlett Duduki Peringkat 1. Diakses Pada 31 Oktober 2023 dari <https://kompas.co.id/article/serum-wajah-terlaris-2022/>

[Mediaindonesia.com](#), 2022. Industri Kosmetik Tumbuh 20,6% jasper Skincare Giat Berinovasi. Diakses Pada 31 Oktober 2023 dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/543439/industri-kosmetik-tumbuh-206-jasper-skincare-giat-berinovasi#:~:text=PERTUMBUHAN%20pesat%20sedang%20dialami%20oleh%20Industri%20kosmetika%20di,kenaikan%20jumlah%20perusahaan%20hingga%2020%2C6%25%20per%20September%202022>