

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14.
- Brestilliani, L. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9, 19.
- Damayanti, S., Poerana, A. F., & Lubis, F. M. (2022). Fenomena Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Para Pengikut Akun @Berburusale\_. *Open Journal System*.
- Devi, M. S., & Jatisidi, A. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vivo Smartphone Pada Komunitas Facebook Vivo Smartphone. *Pantarei*, 4(1), 10.
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. American Library Association (E-book).
- Elitasari, N., & Shafariah, H. (2022). Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea Nature Republic (Studi Kasus Pada Konsumen Penggemar NCT 127 di Bekasi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(5), 703–717.
- Elvina, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Ivone, I., & Ciamas, E. S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembeli (Di Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia). *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(1), 12–16. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i1.1021>
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *E-Proceeding of Management*, 8(2), 865–873.
- Febriana, M., Sampurno, & Djoharsjah. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Hallyu Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Brand Switching dan Implikasinya terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Di Jakarta. *Jurnal*

- Ekonomi*, 19(3), 299–313.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafilah, N. E., Chaer, V. P., & Osly, U. (2019). The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, And Price On Purchase Decisions Samsung Smartphones. *Jurnal Internasional*.
- Hair JR, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Prentice Hall.
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(1), 32–46.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107.
- Je, S. J., & Yuwanto. (2014). *Era emas hubungan Indonesia-Korea : Pertukaran Kultural Melalui Investasi dan Migrasi*. Jakarta: Kompas.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., Tampenawas, J. L. A., Brand, P., Dan, A., Image, B., & Keputusan, T. (2022). The Effect Of Ambassador Brand And Brand Image On Revlon Cosmetic Purchase Decision (Case Study On Sam Ratulangi University Students). *Jurnal EMBA Vol . 10 No . 3 Hal . 101 - 111*, 10(3), 101–111.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Lee-Greenwood, & Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications*. Wiley.
- Lestari, H., Sunarti, & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 66, 1.
- Martono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Mikhriani. (2012). Analisis Segmentasi Perawatan Kulit Wajah Natasha Skin Care Yogyakarta. *Jurnal Dakwah*, XIII.

- Mu'nisah, S., Basalamah, M. R., & Hatneny, A. I. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republik Aloe Vera. *Jurnal Riset Manajemen*, 30–36.
- Nuraini, P. (2015). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Band Noah Dalam Iklan Vaseline Men Terhadap Keputusan Membeli Produk. *Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 1–175.
- 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*.
- Rahmadani, A., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador pada Pengambilan Keputusan Konsumen. *Telaah Bisnis*, 22(1), 59.
- Rohmah, W. (2021). Keputusan Pembelian Online Konsumen Shopee Dan Faktor Yang Mempengaruhi. *Journal Competency Of Business*, 5.
- Royan, F. (2005). *Marketing Celebrities*. Erlangga.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1989). *Metode Penelitian Survei* (Edisi Revi). LP3ES.
- Siskhawati, L., & Maulana, H. A. (2021). The Influence of Brand Ambassador And Korean Wave on Purchase Decision For Neo Coffe Products. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24, 1–7.
- Siswandi, R. A., & Djawoto. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 5.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Sutopo (ed.))*. Alfabeta.
- Utami, N. B. (2020). *Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Online Shop (Studi Remaja Di Desa Sajen Kecamatan Trucuk Kabupaten Klaten)*.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision : A Case Of Tous Les Jours In Indonesia. *International Conference Od Entrepreneurship*, 292–306.
- Wardani, E. S., & Santosa, A. (2020). Pengaruh Hallyu, Ambassador Merek, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Atas Produk Republik Natur Di Yogyakarta. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 203–211.  
<https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.289>
- Yanthi, A. D., Hadi, P., & Astuti, M. (2020). Peran Korea Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree. *Prosiding Biema*, 1(1), 179–195.
- Zakiah, Sari, D. E., Karima, M., & Ahmad, N. L. (2018). The Effect of Price Perception, Shipping Costs and Time Preassure On Purchase Decisions Of Shopee Flash Sale At Universitas Muhammadiyah Surakrta. *International Conference on Education Innovation and Social Science (ICEISS)*, 22–28.