

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardial. 2014. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. PT. Bumi Aksara.
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (15th ed.). PT. RINEKA CIPTA.
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. 2016. Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kriyantono, R. 2016. Teknik Praktis Riset Komunikasi: Kencana
- Royyan, Frans M. 2004. Marketing Celebrities. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- McLeod, Pearson. 2008. Sistem Informasi Manajemen. Salemba Jakarta
- Kotler dan Keller, (2012:27). Manajemen Pemasaran edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). Bandung: Alfabeta (Hal 10-12)
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Nanang, Martonp. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Rajawali Pers

### Jurnal

- Larasati, D. (2018). Globalisasi Budaya dan Identitas : Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (KoreanWave ) versus Westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 11(1), 109–120.
- Ida Ri'aeni, Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) terhadap Remaja di Kota Cirebon. In *Communications* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–26).

- Cho, H. J. (2005). Reading the 'Korean wave' as a sign of global shift. *Korea Journal*, 45(4), 147–182.
- Sari, R. K. (2017). *Identitas Komunitas Army ( Fandom Bangtan Boys ) Suatu Program Studi Sosiologi*.
- Ramadan, Ananda. (2015). Pengaruh Terpaan Tayangan Korean Wave (Demam Korea) Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara
- Hertanto, Eko. (2017) Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala
- Samosir, Ligia Stephani., Yuliani Rachma Putri dan Sylvie Nurfebriani (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung.
- Sintani, Laurencia. 2016. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Sarasvati Dalam Iklan Dalam Iklan 'Isyana Vs Gangster' Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya
- Al-Darraj, Z., Al Mansour, Z., & Rezai, S. (2020). Similarity, Familiarity, and Credibility in influencers and their impact on purchasing intention.
- Gunawan, Calvin & Susilo, Daniel (2021) Impact Of Cristiano Ronaldo's Attractiveness As Brand Ambassador Towards Brand Awareness Shopee. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 5 No 2 Hal 135-147*

### **Artikel**

- AFP. 2018. K-pop's BTS 'worth \$3.6 billion a year' to South Korea.  
<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20181218000811> (diakses 20 September 2019)
- Pramesti, Azalia Ayu. 2019. Apa yang membuat Kpop itu Kpop?  
<https://www.kompasiana.com/azaliaayupramesti/5c8528ef6f187b043752c302/apa-yang-membuat-kpop-itu-kpop>. (diakses 27 September 2019)
- Dente, Valerie & Handoko, Kevin. 2017. Memahami demam Kpop di Indonesia.  
<https://www.rappler.com/indonesia/gaya-hidup/182270-memahami-demam-k-pop-indonesia> (diakses 27 September 2019)
- Khalika, Nindias Nur. 2018. Sejarah K-Pop: Kesuksesan H.O.T Melahirkan Wabah Korea Baru. <https://tirto.id/sejarah-k-pop-kesuksesan-hot-melahirkan-wabah-korean-pop-dagn> (diakses 2 Oktober)
- Barus, Ramadani. 2018. Berasal dari Agensi Kecil, 12 Perjalanan Karier BTS Hingga

Populer di Dunia. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/ramadani-barus/perjalanan-karir-bts-dari-rookie-hingga-menjadi-artis-dunia-yang-buat-army-bangga-1> (diakses 12 Desember)

Rahmisari, Masajeng. 2017. Generasi Grup K-Pop dari Masa ke Masa.

<https://kumparan.com/kumparank-pop/generasi-grup-k-pop-dari-masa-ke-masa> (diakses 12 Desember)

Adriani, Isyana. 2018. BTS Kpop dan Kejayaan Korsel yang Bisa Dipelajari RI

<https://www.cnbcindonesia.com/opini/20181231135241-14-48528/bts-kpop-dan-kejayaan-korsel-yang-bisa-dipelajari-ri> (diakses 12 Desember)

Arbar, Thea Fathannah. 2019. Menggunung, Ini Deretan Brand yang Jadikan BTS Brand Ambassador.

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20191012111828-33-106461/menggunung-ini-deretan-brand-yang-jadikan-bts-ambassador> (diakses 1 Januari 2020)

Jayani, Dwi Hadya. 2019. Tokopedia, E-Commerce dengan Nilai Transaksi.

Terbesar. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya> (diakses 2 Januari 2020)

Simorangkir, Eduardo. 2018. Tokopedia, Didirikan Penjaga Warnet hingga Jadi

Perusahaan Rp101 T. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4340272/tokopedia-didirikan-penjaga-warnet-hingga-jadi-perusahaan-rp-101-t> (diakses 5 Januari 2020)

Kharisma, Gilang. 2019. Peta Persaingan 50 E-Commerce di Indonesia Versi iPrice

2019. <https://id.techinasia.com/persaingan-ecommerce-indonesia-q3-2019> (diakses 27 November 2019)

Muazam, Aohmad (2020) Transaksi e-commerce Didominasi Generasi Z dan Milenial. <https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj> (diakses September 2022)

Pahlevi, Reza (2022) Ini Jumlah Penjualan Album BTS Dari Debut Hingga 2021.

[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/25/ini-jumlah-penjualan-album-bts-dari-debut-hingga-2021\\_\(diakses Desember 2022\)](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/25/ini-jumlah-penjualan-album-bts-dari-debut-hingga-2021_(diakses%20Desember%202022))

Tokopedia. Bisnis Kami <https://www.tokopedia.com/about/our-story/> (diakses 20 Januari 2023)