

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/survei>
- Arfatillah, I. H. (2018). *Pengaruh Product Placement Terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Produk Emina dalam Mini Drama Bittersweet)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Chaktip, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing* (Sobirin (ed.)). Celebes Media Perkasa.
- Delwis, P. P. (2018). *Product Placement Dan Minat Beli (Studi Korelasional Pengaruh Product Placement Laneige dalam Drama Korea Descendant of The Sun terhadap Minat Beli Mahasiswi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara)*. Universitas Sumatera Utara.
- Dimasakti, D. B., & Hussein, A. S. (2019). Pengaruh Product Placement Samsung Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Penonton Music Video “Kill This Love” oleh BlackPink di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 08(2). <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1596957>
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE, M. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Issue August). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ferrell, O. C., Hartline, M. D., & Hochstein, B. W. (2022). *Marketing Strategy Text and Case*. Cengage.
- Ghozali, I. (2018). *Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guolla, M. A., Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective Sixth Canadian Edition*. Mc Graw Hill Education.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Henry. (2021). *Indonesia Tempati Urutan ke-4 Penggemar Korean Wave Terbesar di Dunia*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempati-urutan-ke-4-penggemar-korean-wave-terbesar-di-dunia>

- Kominfo. (2020, November 9). Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital. *Kominfo*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In *Pearson*.
- Kristanto, H., & Karina M.R. Brahmana, R. (2016). Pengaruh Product Placement Pada Film Indonesia Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention Masyarakat Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 20–26. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.20-26>
- Kusnandar, V. B. (2021, October 14). Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia. *Databoks.Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Lane, K., Kotler, P., Brady, M., & Goodman, M. R. V. (2019). *Marketing management 4th European edition*. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3).
- Parengkuan, V. J. J., Tulung, J. E., & Arie, F. V. (2020). Influence of Product Placement in Movies and Television Programs Towards Brand Recall of Millennials Pengaruh Product Placement Dalam Film Dan Program Televisi Terhadap Brand Recall Millennial. *Arie. Influence of Produc ... 2086 Jurnal EMBA*, 8(1), 2085–2094.
- Percy, L. (2018). *Strategic Integrated Marketing Communications*. In *Strategic Integrated Marketing Communications*. <https://doi.org/10.4324/9780203553916>
- Purba, A. B. M. (2017). *Pengaruh Product Placement Samsung Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention*. Universitas Brawijaya.
- Ramadhani, P. I. (2020). *Mendag Lepas Kontainer Ekspor ke-4.000 Mayora Group*. *Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4292480/mendag-lepas-kontainer-ekspor-ke-4000-mayora-group>
- Sarwono, J. (2012). *Path Analysis*. PT Elex Media Komputindo.
- Steven, S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Product Placement Terhadap Brand Awareness “BMW” Pada Film Mission Impossible: Fallout. *Scriptura*, 8(2), 75–82. <https://doi.org/10.9744/scriptura.8.2.75-82>

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sunardi, P. N., Sari, P. R., Cahyani, R., Sarjana, M., Studi, P., Bhayangkara, U., Raya, J., Sarjana, M., Studi, P., Bhayangkara, U., Raya, J., Sarjana, M., Studi, P., Bhayangkara, U., Raya, J., Beli, M., & Pembelian, K. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli : Kualitas Produk dan Harga (suatu kajian studi literatur manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 3(3), 302–315.

Yenny Octa Fiana. (2019). *Pengaruh Product Placement Sari Roti Pada Film Dilan 1991 Terhadap Purchase Intention Penonton Film Dilan 1991* [Universitas Multimedia Nusantara Tangerang]. <https://kc.umn.ac.id/10414/>

