

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriana, O., & Utami, N. (2017). Buku Ajar Strategi Promosi Penjualan. *Book*, 309. <https://B-Ok.Asia/Book/5686392/1c6357>
- Glinka, T. (2008). *Metode Penelitian Sosial*.
- Herlina, Loisa, J., & Matius, T. (2021). Pengaruh Model Promosi *Flash Sale* Terhadap Minat Pembeli Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online. *Manajemen Ekonomi & Akuntansi*, 5(2), 1–16. <https://Journal.Stiemb.Ac.Id/Index.Php/Mea/Article/View/1139>
- Hijra Hijra. (2022). Pengaruh *Korean Wave* Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Scarlett Di Makassar). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 01–15. <https://Doi.Org/10.55606/Cemerlang.V2i4.407>
- Journal, B. (2023). *Home Of Management And Business Journal*. 2(1), 30–37. <https://Doi.Org/10.26753/Hombis.V2i1.067>
- Maulida, N. F., Saufi, A., & ... (2022). ... Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Pacific Di Indonesia: The Influence Of Brand Ambassador And *Korean Wave* On Consumer *Unram Management ...*, Vol.2, 224–232. <http://Urgentrev.Unram.Ac.Id/Index.Php/Identification/Article/View/253%0Ahttp://Urgentrev.Unram.Ac.Id/Index.Php/Identification/Article/Download/253/39>
- Maulidya Nurivananda, S., Fitriyah, Z., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). The Effect Of Content Marketing And Live Streaming On Purchase Decisions On The Social Media Application Tiktok (Study On Generation Z Consumers @Scarlett_Whitening In Surabaya) Pengaruh Content Marketing Dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Pa. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3664–3671. <http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial. Perilaku Konsumen*. (N.D.).
- Owen, Simanjuntak. (2022). *Pengaruh Flash Sale Promotion Dan Discount Terhadap Online Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Universitas Sari Mutiara Indonesia)*. *J Ekon dan Bisnis*. 9(2):383-387.
- Promosi, P., & Dan, B. A. (2023). *Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk*. 17, 302–314.
- Putri, R. D., Setyawan, D. H., Putra, R. A., & Ekonomi, F. (2023). *Pengaruh Iklan Influencer Dan Fitur Live Streaming*. 1(1), 12–26.

- Puspitasari N, Aphrodite N, Sulaeman E. (2023). *Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. War Dharmawangsa*. 17(1):302-314. doi:10.46576/wdw.v17i1.2943
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). *Seiko : Journal Of Management & Business Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Di Surabaya. Seiko : Journal Of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V6i1.2451>
- Rahmawati ND, et al. (2023). *Pengaruh Flash Sale, Live Shopping, dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Skintific di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). J Econ*. 2(10):2740-2755. doi:10.55681/economina.v2i10.897
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2021). Pengaruh *Korean Wave* Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKEA-WITH Ekonomika*, 4(58), 67–74.
- Sugiyono.2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sunyoto, D. (2020). *DASAR- DASAR MANAJEMEN PEMASARAN (ketiga)*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayu Media: Malang.
- Wijaya, Tony. (2018), *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta: PT.Indeks