

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Alam, W. M., Sandung, C. L., & Awaru, A. O. T. (2023). The Influence of the Korean Wave on the Dynamics of Multiculturalism Among Indonesia's Young Generation. *Journal of Indonesian Culture and Beliefs*, 2(1), 1–12. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jicb/article/view/4431>
- Andjani, S. D. K., & Hidayat, R. (2022). *The effects of masculinity-femininity and lifestyle on men facial skincare usage* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Ayuda, F., Musfar, T. F., & Aprila, B. N. (2023). Dari Utilitas ke Identitas: Menjelajahi Interaksi Maskulinitas, Pemasaran dan Pilihan Pembelian pada Produk Perawatan Kulit Pria di Kota Pekanbaru. *Jurnal Serambi Mekkah*, 4(1), 312–322.
- Diniyah, N., Hanum, F., & Apriantika, S. G. (2023). Transformasi Nilai Maskulinitas Laki-Laki Pengguna Kosmetik. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 12(1), 61–72. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v12i1.58087>
- Fajar, A., Pane, I. A., Nurdiansyah, C., Rafiq, A., & Mutiah, T. (2023). KOMODIFIKASI FANDOM BLACKPINKDI INDONESIA Adityo. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 4(2), 425–432.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>
- Frizth, I. (2023). Gaya Hidup Metrosexual Di Pekanbaru. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(3), 157–160.
- Haque, M. H., Dermawan, R. D., & Amriel, E. E. Y. (2023). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Luwak White Koffie di Surabaya dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 4004–4014. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4178>
- Hidup Mahasiswi Konsumtif Dalam Penggunaan Produk Kecantikan, G., Astuti Fadli, S. R., Ibrahim, R., Rizky Hatu, D. R., & Sosiologi, J. (2023). The Consumptive Lifestyle of Female Students in the Use of Beauty Products at Gorontalo State University. *SOSIOLOGI: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 41–49.
- Infadillah, R., Azhar, A. A., & Zuhriah. (2023). Persepsi Komunikasi Lintas Budaya Maskulinitas Gender Mengenai Feminitas Boyband Kpop. *SEMAR* :

- Jurnal Sosial Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(03), 69–80.  
<https://doi.org/10.59966/semar.v1i03.486>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Jesslyn, J., & Susanto, E. H. (2019). Analisis Penggunaan Label Halal pada Produk Kecantikan Brand Safi dalam Menarik Minat Beli Masyarakat. *Prologia*, 2(2), 385. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3716>
- Kartikasari, H., & Sudrajat, A. (2022). Makna Pembelian Album Fisik Bagi Penggemar Budaya Pop Korea. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(3). <https://doi.org/10.20961/jas.v11i3.59242>
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Repository Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 1–15. <http://eprints.umsida.ac.id/6801/>
- Kim, T. Y., & Lee, Y. J. (2017). Contemporary dandies: The behavioral characteristics of Korean male consumers in fashion multi-brand stores and tailor shops. *Journal of Business Research*, 74, 149–153. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.10.027>
- Laffan, D. A. (2021). Positive Psychosocial Outcomes and Fanship in K-Pop Fans: A Social Identity Theory Perspective. *Psychological Reports*, 124(5), 2272–2285. <https://doi.org/10.1177/0033294120961524>
- Lau, W. M., De Run, E. C., & Jee, T. W. (2018). Metrosexual Identity: Perception of Malaysian Male Consumers Towards Cosmetic and Skincare Product. *Journal of Borneo-Kalimantan*, 3(1). <https://doi.org/10.33736/jbk.620.2017>
- Luo, W. (2023). Gender Construction in the Chinese Fandom of Korean Pop Culture: A Case Study of BTS and BLACKPINK Fans. *SHS Web of Conferences*, 180, 03004. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202318003004>
- Maraya, E., Syukur, M., & Said, M. R. A. (2020). Dekonstruksi Makna Maskulinitas Melalui Trend Korean Populer (K-Pop) pada Penggemar K-Pop di Kota Makassar. *Paper Knowledge Toward a Media History of Documents*, 12, 12–26.
- Masruroh, N. (2022). Media Sosial Dalam Lanskap Masyarakat Industri Dan Kaitannya Dengan Budaya Populer. *Publiciana*, 15(1), 28–37. <https://doi.org/10.36563/p>
- Messianik, A. (2023). Komodifikasi Budaya Populer di Generasi Z. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(1), 220. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i1.4387>
- Ni Made Febriana Sara Dwiyaniti, Ida Bagus Gde Pujaastawa, & Ida Ayu Alit Laksmiwati. (2023). Pengaruh Budaya Pop Korea terhadap Gaya Hidup

- Remaja di Kota Denpasar, Bali. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(2), 162–170. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i2.1357>
- Nurlatifah, N. (2023). *FENOMENA HALLYU DALAM PERKEMBANGAN CARA BERPAKAIAN MAHASISWA KOTA BANDUNG (Studi Fenomenologi Hallyu Dalam Perkembangan Cara Berpakaian Mahasiswa Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).
- Osman, S., & Ismail, N. F. M. binti. (2022). The Influence of Korean Pop Culture on Purchasing Behavior of Korean Products among Consumers in Klang Valley. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(10), 12–29. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i10/15193>
- Pradani, A. T., & Suhanti, I. Y. (2020). Persepsi Sosial Laki-Laki Terhadap Perilaku Male Grooming Male Social Perception of Male Grooming Behavior. *Motiva : Jurnal Psikologi*, 2020(2), 43–51.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Putri, I. P., Dhiba, F., Liany, P., Nuraeni, R., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia K-Drama and Korean Wave Diffusion in Indonesia*. 3(1), 68–80.
- Putri, L. A. (2020). Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 3(1), 42. <https://doi.org/10.24014/0.8710187>
- Resti Prastiwi, F. T., Ratnaningsih, C. S., Windhyastiti, I., & Khourouh, U. (2020). Analisis Pengaruh Tren Budaya, Brand Ambassador dan Harga terhadap Purchase Intention. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 55–60. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.4222>
- Riskiy, S. R., & Hapsari, R. (2022). INTERPRETASI MASKULINITAS PADA IKLAN SKINCARE PRIA (Studi Resepsi Stuart Hall pada Khalayak Pria). *BroadComm*, 4(1), 45–56. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i1.234>
- Saekoko, A. N., Nyoko, A. E. ., & Fanggidae, R. P. . (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi. *Journal Of Management*, 11(1), 49–64.
- Septadinusastra, V. A. (2021). Eksistensi drama korea pada masa pandemik covid-19 di Indonesia. *Media Nusantara*, 18(1), 49–58.
- Simanjuntak, F. A., Hambali, H., & Primahardani, I. (2022). Studi Tentang Dampak Korean wave Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau. *Journal of Science and Education Research*, 1(2), 19–22. <https://doi.org/10.62759/jser.v1i2.18>
- Sri Yenti, N., M.Si. Ph.D, D. S., Mairiza, N., Anggraini, N., Febriani, E., & Fadilla,

- P. (2022). Dampak Budaya Korea Pop (K-Pop) Terhadap Tingkat Motivasi Belajar Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 2(2), 176–191. <https://doi.org/10.37304/enggang.v3i1.4941>
- Valencialaw, N., & Utami, L. S. S. (2023). K-Pop dan Perilaku Konsumtif Menonton Konser. *Koneksi*, 7(1), 112–119. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21301>
- 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>
- Wahidah, A., Nurbayani, S., & Aryanti, T. (2020). Korean Wave: Lingkaran Semu Penggemar Indonesia. *Sosietas*, 10(2), 887–893. <https://ejournal.upi.edu/index.php/sosietas/article/view/30111>
- 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>
- Wicaksono, M. A., Patricia W, A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 74–85. <https://doi.org/10.54144/jsp.v2i2.35>
- Wulandari, I., & Kartika, T. (2020). Reteritorialisasi Kelompok Penggemar Budaya Populer Korea: Reproduksi Identitas Terhadap Korean Wave. *JSSH: Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 167–181.
- Yan, P. (2023). Perceived Media Portrayal of K-Pop Idols and Its Potential Impacts On Audiences' Perception Of Masculinity In China: A Comparative Study Of Different Generations.
- Yunanto, S., & Nabilah, F. (2024). Pengaruh Korean Wave Sebagai Diplomasi Budaya Korea Selatan Terhadap Peningkatan Industri Kosmetik Di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*, 2(1), 285–300.
- Yusanta, D. A. (2019). Fluiditas Maskulinitas dan Feminitas dalam Boyband K-Pop sebagai Produk Industri Budaya. *Kafa`ah: Journal of Gender Studies*, 9(2), 205. <https://doi.org/10.15548/jk.v9i2.294>
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriaumur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.674>