

DAFTAR PUSTAKA

- Putri, R. A. N., & Hariasih, M. (2024). Korean Wave's Influence on BT21 Purchases in Indonesia. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 25(2), 10-21070.
- Al Irsyad, W. A. C. (2023). *PENGARUH KOREAN WAVE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA PENGARUHNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Penggemar BTS-ARMY Gen Z)* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Yusuf, S. M. (2023). *Pengaruh Citra Merek dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Syarifudin, A. A., & Aminah, S. (2023). Pengaruh NCT 127 Sebagai Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth (e-WOM), dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Blibli.com. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2837-2846.
- Al Irsyad, W. A. C. (2023). *PENGARUH KOREAN WAVE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA PENGARUHNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Penggemar BTS-ARMY Gen Z)* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- GoodStats. (2024, Januari 5). *Survei Korean Wave: Indonesia jadi negara pusat Hallyu dengan antusiasme budaya Korea tertinggi di dunia*. GoodStats
- CXO Media. (2024, November 13). *NewJeans sebagai Global Brand Ambassador Indomie dirayakan dengan billboard mewah di 9 negara*.
- Tempo.co. (2023, Desember 11). *Targetkan Gen Z, Indomie gandeng NewJeans sebagai brand ambassador*.

- RRI. (2023, Desember 10). *New Jeans jadi duta merek mie instan Indonesia*.
- Siti, A. (2024). *The influence of Korean Wave K-Pop, lifestyle, and fanaticism on the consumptive behavior of K-Pop fans on students at the Bekasi Branch of Universitas Pelita Bangsa* (Undergraduate thesis, Universitas Pelita Bangsa).
- Armansyah, D. B. A. (2023). *Pengaruh persepsi harga, variasi produk dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk Aice di Kabupaten Gresik* (Undergraduate thesis, UPN Veteran Jawa Timur).
- Clove Research. (2025, Mei 7). *Mengoptimalkan K-Wave: Bagaimana tren budaya Korea mengubah pasar Indonesia?* Clove Research.
- Wijayanti, S., Hadi, S. P., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh NCT 127 sebagai brand ambassador dan Korean Wave terhadap keputusan pembelian produk Nature Republic. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 236–245.
- Zulkifli, M. (2025, Maret 31). *Mamank Kuliner review jujur Indomie Premium Collection Korean Ramyeon: Lezat, biasa saja, atau mengecewakan?* Hops.ID.