

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory : Eight Edition*. New York: Mc Graw Hill.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Creating Images and The Psychology of Marketing Communication*. New Jersey: LEA.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2009). *Teori Komunikasi : Theories of Human Communication (9th ed)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Neuman, L. (2013). *Metode Penelitian Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Indeks.
- Newman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Harlow: Pearson.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior (9th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

## Artikel Jurnal/Skripsi

- Agustian, M. (2019). *Pengaruh Minat Beli Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Analisis Aktifitas Belanjaonline Shop Mahasiswa Uin Suska Riau Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Retrieved from repository.uin-suska.ac.id: <http://repository.uin-suska.ac.id/16244/8/8.%20BAB%20III.pdf>
- Ambarwati, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 25, 4*.
- Amrullah, N. (2017). *Elaboration Likelihood Model : Kisah Perjalanan Sebuah Ilmu*. Retrieved from repository.ub.ac.id: <http://repository.ub.ac.id/565/1/Nuzul%20Amrullah.pdf>
- Febrianti, R. S., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. , *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen 5, no. 5, 16*.
- Gunawan, F. A., & Dhamayanti, D. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. 4.
- Lesmana, A. S. (2014). *Analisis Pengaruh Iklan, Persepsi Kemudahan, Dan Reputasi Terhadap Minat Beli Handphone Pada Situs Layanan Iklan Baris Online (Studi pada Tokobagus.com)*. Retrieved from eprints.uny.ac.id: <https://eprints.uny.ac.id/17221/1/SKRIPSI.pdf>
- Marianti, L. D., & Rahanathah, G. B. (n.d.). "Pengaruh Celebrity Endorser dan Pesan Iklan di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Walls Magnum Belgium Chocolate. 3096.
- Mulyana, A. (n.d.). Karakteristik pesan persuasi iklan di televisi: studi analisis isi terhadap iklan RCTI pada tayangan Prime-Time dengan pendekatan teori Sign and Meaning. *lib.ui.ac.id*, 1.
- Mulyono. (2019, desember 2). *SCS Business Mathematics and Statistics, Management Dept., Binus Business School Undergraduate Program*. Retrieved from bbs.binus.ac.id: <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>
- Nuraini, A. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. 25.
- Puspitasari, D. (2018). Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa Dalam Merias Wajah. *Skripsi Komunikasi*, 8. Retrieved from eprints.umm.ac.id.
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada pengguna LINE di Asia) . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 12* , 4.

Setyani, N. I. (2013). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunikas. *Jurnal Komunikasi*, 6.

Suardi. (2016). Antara Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal RISALAH, Vol. 27, No. 2*, 83-84.

Stephanie, E., Rumambi, L. J., & Kunto, Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 2*, 1-9.

Zahrotustianah. (2020, September 22). *Paling Heboh, Indonesia Jadi 5 Besar Users Teraktif 'Nge-tweet' KPop*. Retrieved from [jabar.idntimes.com: https://jabar.idntimes.com/hype/fun-fact/zahro-1/daebak-indonesia-masuk-5-besar-users-teraktif-nge-tweet-soal-kpop-regional-jabar/10](https://jabar.idntimes.com/hype/fun-fact/zahro-1/daebak-indonesia-masuk-5-besar-users-teraktif-nge-tweet-soal-kpop-regional-jabar/10)

Zen, E. R. (2017). *Pengaruh Pesan Iklan Online Shop Terhadap Minat Beli Pemanggan (Studi pada Situs Jual Beli Online Tokopedia.com)*. Retrieved from [repository.ub.ac.id: http://repository.ub.ac.id/1164/1/Ella%20Raisa%20Zen.pdf](http://repository.ub.ac.id/1164/1/Ella%20Raisa%20Zen.pdf)

## Website

Agsaugm. (2020, September 2020). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Retrieved from [egsa.geo.ugm.ac.id: https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/phenomena-korean-wave-di-indonesia/](https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/phenomena-korean-wave-di-indonesia/)

Idols, T. F. (2016). *A Survey Report on Kpop Fans in Indonesia*. Retrieved from [blog.jakpat.net: https://blog.jakpat.net/the-fandom-for-idols-a-survey-report-on-kpop-fans-in-indonesia/](https://blog.jakpat.net/the-fandom-for-idols-a-survey-report-on-kpop-fans-in-indonesia/)

Idntimes. (2020, September 22). *Daebak! Indonesia Masuk 5 Besar Users Teraktif 'Nge-tweet' soal KPop*. Retrieved from [idntimes.com: https://www.idntimes.com/hype/entertainment/zahro-1/daebak-indonesia-masuk-5-besar-users-teraktif-nge-tweet-soal-kpop/9](https://www.idntimes.com/hype/entertainment/zahro-1/daebak-indonesia-masuk-5-besar-users-teraktif-nge-tweet-soal-kpop/9)

Idntimes. (2019, Februari 26). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?* Retrieved from [idntimes.com: https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota/4](https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota/4)

Kumparan. (2020, Maret 30). *NCT 127 Jadi Bintang Iklan Minuman Indonesia*. Retrieved from [kumparan.com: https://kumparan.com/kumparank-pop/nct-127-jadi-bintang-iklan-minuman-indonesia-1t7l2Wbwdyx/full](https://kumparan.com/kumparank-pop/nct-127-jadi-bintang-iklan-minuman-indonesia-1t7l2Wbwdyx/full)

Wowkeren. (2019, Agustus 23). *Inilah 10 Negara Dengan K-Pop Stan Terbesar Tahun 2019 Berdasarkan Data YouTube, Ada Indonesia?* Retrieved from [wowkeren.com: https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00269788.html](https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00269788.html)

