

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- L, A. S., & Andarnuswari, N. D. (Penerjemah). (2017). *Putih: Warna Kulit, Ras, dan Kecantikan di Indonesia Transnasional* (pp. 99–158). Marjin Kiri
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Allyn and Bacon.
- Ruslan, R. (2018). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Ed.Revisi, pp. 22–28). Rajawali Pers.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Praktik* (1st ed., pp. 90–91). Rajawali Pers.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. (Ed.1). Rajawali Pers
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2021). *Metode Penelitian Administrasi* (Setiyawami (Ed.); Edisi 3 Ce). Alfabeta.
- Suryana, A., Subekti, P., Yanto, A., Risanti, Y. D., & Nurisani, R. (Eds.). (2019). *Eksistensi Promosi Di Era Digital* (pp. 650–657). Bitread Publishing.
- Wrench, J. S., Maddox, C. T., Richmonf, V. P., & McCroskey, J. C. (2013). *Quantitative Research Methods For Communication: A Hands-On Approach* (2nd Editio). Oxford University Press.
- Zuchdi, D. (2013). *Model Pendidikan Karakter Terintegrasi dalam Pembelajaran dan Pengembangan Kultur Sekolah*. CV Multi Persindo

Jurnal:

- Ahmad, R. F., & Azizah, N. (2021). Peran Sikap Pada Iklan Dalam Memediasi Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken. *Jurnal Synntax Admiration*, 2(2), 300–315.
- Aji, V. S. (2017). *Kerjasama Publik Korea Selatan Ke Indonesia Melalui Joint Cultural Commission Pada Tahun 2006*. Universitas Brawijaya.
- Amelia, R. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Toko Pedia*.

- Arsitowati, W. H. (2017). *Kecantikan Wanita Korea Sebagai Konsep Kecantikan Ideal Dalam Iklan New Pond 'S White Beauty: WHAT OUR BRAND*. 24(2), 84–97.
- Bramantyo, A. R. (2021). *Pengaruh Terpaan Informasi Konten Instagram Lentera Sintas Indonesia Terhadap Partisipasi Penandatanganan Petisi Online Penandatanganan Petisi Online (Studi Korelasional Pada Partisipan Petisi UU Penghapusan Kekerasan Seksual di Change.org)*. Universitas Pembangunan Jaya.
- Darwati, A. M. (2018). *Pengaruh Penggunaan Western Model Sebagai Brand Ambassador Terhadap Sikap Pada Iklan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli (Survei Online Minat Beli Produk Kosmetik Maybelline New York Di Indonesia)*. Universitas Brawijaya.
- Ilimi, S., Pawenang, S., & Marwat, F. S. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken*. 04(01), 103–113.
- Kristianto, J. A. (2019). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Generasi Z Pada Pencarian Dan Pemilihan Pekerjaan Dalam Konteks Employer Branding Pada Mahasiswa Akuntansi Dan Manajemen Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta* [Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/24936>
- Lancia, F., & Aziz, A. (2023). K-Beauty dan Standar Kecantikan di Indonesia (Analisis Wacana Sara Mills pada Kanal YouTube Priscilla Lee). *Journal Multisidiplin West Science*, 2(01), 56–68.
- Leonardi, A. (2013). *Pengaruh Sosialisai Bela Negara Terhadap Sikap Bela Negara Guru Sekolah Dasar Di Jakarta (Studi Eksplanatori Di Direktorat Bela Negara Kementerian)*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 4(1).
- Masitha, R. U., & Bonita, E. A. E. (2019). *Pengaruh Digital Campaign Web Series Sore Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Tropicana Slim Stevia Di Kalangan*. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2, 149–156.
- Mutmainah. (2021). *Pengaruh Korean Wave Terhadap Maraknya Produk Dan Tren Kosmetik Korea Selatan (K-Beauty) Di Indonesia Periode 2017-2020*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nada, B. (2020). *Kegiatan Content Creator Pada Social Media Campaign Sounds Of Colors*. <http://eprints.upj.ac.id/id/eprint/927/>
- Nurzanah, S. F. (2019). *Representasi Kecantikan Dalam Iklan Kosmetik (Analisis Dekonstruksi Jacques Derrida dalam Iklan Kosmetik Make Over Beauty Beyond Rules: Art Collaboration)* [University of Muhammadiyah Malang].

<http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/54270>

Pangestika, D. (2017). *Representasi Positif Perempuan dalam Media Alternatif sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan: Studi Kasus Magdalene*.
<http://hdl.handle.net/123456789/5665>

Putri, K. H. (2018). *Sosialisasi Humas Dinas Pariwisata Provinsi Riau Dalam Mempromosikan Objek Wisata Riau Melalui Program Cerita Baru Center Di Pekanbaru*.
<https://repository.uin-suska.ac.id/16029/>

Rahmawati, D. (2019). Beauty Concept Represented On Cosmetic Advertisement. *JOEPALLT*, 7.

Rosyidah, W. (2022). *Pengaruh Sikap Terhadap Brand Ambassador Korea Pada Citra Merek Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Scarlett Whitening)* [Universitas Gajah Mada]. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/211340>

Samosir, B. A., & Wartini, S. (2017). Pengaruh Iklan Pada Keputusan Pembelian Melalui Sikap Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(3).

Yanti, N. F., & Gusfa, H. (2022). *Pengaruh brand ambassador Hamish Daud dan iklan terhadap brand image Clear*. 6(2), 263–280.

Website:

Chiquita, E. (2022). 8 Artis Korea Brand Ambassador Skincare Indonesia Terbaru Kim Soo Hyun. IDNTimes: <https://www.idntimes.com/korea/knews/elizabeth-chiquita-t/artis-korea-jadi-brand-ambassador-skincare-lokal>

Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Datareportal.Com.
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-Indonesia>

Setyowati, D. (2020). *Ampuhnya Pesona Artis Korea Mengerek Penjualan E-Commerce Indonesia* Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul “Ampuhnya Pesona Artis Korea Mengerek Penjualan E-Commerce Indonesia”,
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f8ac51a42afd/>. Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f8ac51a42afd/ampuhnya-pesona-artis-korea-mengerek-penjualan-e-commerce-Indonesia>

Siregar, D. P. (2022). *Produk Kecantikan Korea barenbliss Menggaet Shenina Cinnamon Sebagai Brand Ambassador*. Beautynesia.Id : <https://www.beautynesia.id/beauty/produk-kecantikan-korea-barenbliss-menggaet-shenina-cinnamon-sebagai-brand-ambassador/b-254766> (diakses 25 Februari 2023)

Ramadhani, F. (2022). *Lokal Mendominasi! Ini Data Penjualan Kosmetik Bibir di Shopee Selama Kuartal II – 2022*. Kompas.co.id: <https://kompas.co.id/article/penjualan-kosmetik-bibir/> (diakses 25 Februari 2023)

