

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. (2019). *Fesyen, makanan, dan musik K-pop terpopuler di Indonesia*. lokadata.id.
- Armanda, M. R. (2018). Pengaruh Product Placement Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Smartphone Lenovo dalam Film Ada Apa Dengan Cinta?). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Azasya, S. (2020). *[INFOGRAFIS] Benar Gak Sih Sinetron Kalah Pamor dari Drama Korea?* idntimes.com.
- Batjo, N. (2018). PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP PERILAKU DAN PUTUSAN PEMBELIAN. *Journal of Islamic Management And Business, Vol. 1. No. 2*.
- Cinthy. (2022). *Mengenal Apa Itu Advertising dan Manfaatnya Bagi Perusahaan*. Accurate.id.
- Dimasakti, D. B. (2016). Pengaruh Product Placement Samsung Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Penonton Music Video "Kill This Love" oleh BlackPink di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Doembana. (2017). *MANAJEMEN DAN STRATEGI KOMUNIKASI*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Doni Mardiyanto, G. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Edunomika Vol.3, No.1*, 60-66.
- Felise, L. (2022). *Hampir Satu Bulan, Drama Korea Business Proposal Dominasi Daftar Serial TV Netflix*. Hypeabis.id.
- Frisca Septiaulia Faragita, A. P. (2022). Pengaruh Product Placement Dan Brand Awareness Kopiko Pada Drama Korea Vincenzo Terhadap Minat Beli Di Surabaya.
- Harris Kristanto, R. K. (2016). PENGARUH PRODUCT PLACEMENT PADA FILM INDONESIA TERHADAP BRAND AWARENESS DAN PURCHASE INTENTION MASYARAKAT SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 20-26.
- Joseph F. Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A PRIMER ON PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)*.
- Kuenang, C. D. (2022). EXPLORING THE EFFECTIVENESS OF PRODUCT PLACEMENT IN MOVIE AND TV SHOW TOWARD PURCHASE DECISION IN MANADO. *Jurnal Emba Vol.10, No.1*, 1219-1226.
- Lunardi, J. (2015). Analisa Pengaruh Brand Identity Terhadap Pembentukan Brand Image

Dengan Promotion Mix Dan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Speedo. *Jurnal Strategi Pemasaran*.

- Mardiana, S. (2013). PERANAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBENTUK PERILAKU KONSUMEN. *Jurnal Komunikasi, Volume 2, Nomor 2*, 40-46.
- Marvela. (2022). *Business Proposal Tempati Peringkat Pertama Netflix GLobal Top 10*. Tempo.co.
- Meidianti, A. R. (2022). Pengaruh Product Placement Kopiko Pada Drama Korea Vincenzo Terhadap Respon Khalayak. *e-Proceeding of Management: Vol.9, No.2*, 1067-1072.
- Millenia, D. P. (n.d.). ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN PRODUCT PLACEMENT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KOPIKO DALAM DRAMA KOREA VINCENZO. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik*.
- Nazara, D. S. (2021). THE EFFECT OF ADVERTISING ON SALES VOLUME AT TRICOMSEL GUNUNGSITOLI. *Jurnal EMBA, Vol. 9, No.3*, 1386-1401.
- Nemesis, O. (2021). Pengaruh Penempatan Produk Toyota terhadap Kesadaran Merek pada Film "Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini". *Journal of Servite, Volume 3, No. 1*, 1-18.
- Nst, M. S. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA CV. MASTER PASIR PENGARAIAN KABUPATEN ROKAN HULU.
- P'Ing, L. C. (2014). The Effectiveness of Product Placement: The Influence of Product Placement towards Consumer Behavior of the. *International Journal of Social Science and Humanity*, 138-142.
- Purba, A. B. (2018). PENGARUH PRODUCT PLACEMENT SAMSUNG DAN BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE INTENTION (Studi Kasus Pada Penonton Film Batman V Superman : Dawn Of Justice Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Purnomo, N. (2022). Pengaruh Product Placement Terhadap Minat Beli Konsumen Study Kasus Pada Produk Cimory Di Youtube. *Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1, No. 1*.
- Purnomo, Z. V. (2015). PRODUCT PLACEMENT: FILM, PROGRAM TELEVISI, VIDEO GAMES, ATAU MUSIK? *Journal of Management Studies, Vol. 9, No. 1*.
- Puspasari, N. A. (n.d.). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS (Studi Kasus pada Media Pemasaran Instagram Batik Puspita Ayu). *Jurnal Komunikasi*.
- Putri, I. P. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF, Volume*

3, No. 1, 68-80.

Raza, A. (2016). MEASURING THE EFFECT OF PRODUCT PLACEMENT STRATEGY ON ATTITUDINAL ASPECTS. *Journal Management System*.

Regina, M. (2022). ngaruh Product Placement Goobne dalam Drama Korea Business Proposal terhadap Brand Image.

Rizaty, M. A. (2022). *Industri Makanan dan Minuman Tumubuh 3,68% pada Kuartal II/2022*. DataIndonesia.id.

Safrin. (2018). PRODUCT PLACEMENT DAN MINAT BELI (Studi Korelasional Pengaruh Product Placement Laneige dalam Drama Korea Descendant of The Sun Terhadap Minat Beli Mahasiswi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara).

Salim, Y. U. (2017). ANALYSIS OF CUSTOMER BUYING INTENTION ON ENGLISH COURSE PROGRAM AT LANGUAGE COURSE NOTHERN LIGHTS EDUCATION CENTER (NLEC) BANDUNG. *e-Proceeding of Applied Science*, Vol. 3, No.2, 521-527.

Samin Rezvani, G. J. (2012). A Conceptual Study on the Country of Origin Effect on Consumer. *Asian Social Science*, 205-215.

Tenrilangi, A. A. (2015). THE EFFECT OF BA-NA-NA'S PRODUCT PLACEMENT TO THE CONSUMER'S BRAND ATTITUDE (CORRELATIONAL STUDY TO @INDOVIDGRAM.

Wicaksono, R. (2019). Pengaruh Product Placement Terhadap Minat Beli dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Film Spiderman Into The Spiderverse).

Widayanti, O. W. (2019). PENGARUH PRODUCT PLACEMENT TERHADAP BRAND AWARENESS "MIE SEDAAP CUP" FILM "CINTA BRONTOSAURUS" DI KALANGAN REMAJA SURAKART. *Jurnal Common*, Volume 3, Nomor 2, 180-194.

Wijaya, K. (2022). Pengaruh Pesan Product Placement Kopiko dalam Drama Korea terhadap Minat Beli.

Wulandari, K. A. (2019). EFEKTIVITAS PRODUCT PLACEMENT HYUNDAI PADA DRAMA KOREA DESCENDANTS OF THE SUN TERHADAP BRAND AWARENESS SURVEY PADA PENONTON DRAMA KOREA DOT DI TANGERANG. *Jurnal Visi Komunikasi*, 127-140.