

DAFTAR PUSTAKA

- Andarista, F., Hariyani, D. S., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 1(2), 36–44.
- Anshar, M. (2019). Electronic Public Relation (E-PR): Strategi Mengelola Organisasi di Era Digital. *Jurnal Komodifikasi*, 8, 200–2013.
- Aristyani, D. P., & Yuniasih, T. (2021). Diplomasi Publik Korea Tourism Organization (KTO) terhadap Indonesia pada Sektor Pariwisata tahun 2018. *Balcony*, 5(1), 86–98.
<https://jom.fisip.budiluhur.ac.id/index.php/balcony/article/view/236>
- Azmi, U. (2019). *Dampak Korean Wave (Hallyu) Terhadap Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Stie Nobel Indoensia Makakassar*.
- Buulolo, Y. H. (2022). Pengaruh Komunikasi Bisnis Dan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ud. Suang Kecamatan Lahusa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5(2), 18–32.
- Chairunnisa, N. Y. (2021). Penyebaran Budaya Korea Selatan di Tengah Masyarakat Dunia. *Research Gate*.
- Clinton, B. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta di Awal 2023*. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023?page=all>
- Detik Food. (2023). *Setelah BTS, Kini McDonald's Kolaborasi dengan New Jeans*.
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ca>

d=rja&uact=8&ved=2ahUKEwifqsiz_Z2CAxWce2wGHZhABSUQFnoEC
BQQA&url=https%3A%2F%2Ffood.detik.com%2Finfo-kuliner%2Fd-
6747408%2Fsetelah-bts-kini-mcdonalds-kolaborasi-dengan-new-
jeans&usg=AOvVaw1G

Devina, C. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi*.
<https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>

Elmira, P. (2023). *Paket Menu NewJeans x McD Indonesia Bagikan Eksklusif Merchandise Gratis, Yuk Intip Koleksinya*.
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5343391/paket-menu-newjeans-x-mcd-indonesia-bagikan-eksklusif-merchandise-gratis-yuk-intip-koleksinya>

Evelina, L. W. (2019). Model Komunikasi Personal Branding Professional Selegram. *WARTA: Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(01), 1–12.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/gaw8r>

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>

Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.

Fauzia, M. (2021). *Kolaborasi dengan BTS Lewat BTS Meal, McDonalds Untung Miliaran Rupiah*.
<https://money.kompas.com/read/2021/06/09/162557326/kolaborasi-dengan->

bts-lewat-bts-meal-mcdonalds-untung-miliaran-rupiah?page=all

- Firdaus, I. Z., Purwoko, P., & Setyawan, R. R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi Dan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1466–1478. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2491>
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>
- Gunawan, R., Aulia, S., Supeno, H., Wijanarko, A., Uwiringiyimana, J. P., & Mahayana, D. (2021). Adiksi Media Sosial dan Gadget bagi Pengguna Internet di Indonesia. *Techno-Socio Ekonomika*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.32897/techno.2021.14.1.544>
- Kanal. (2023). *Kolaborasi McDonald's x New Jeans Kini Hadir di Indonesia! Cek Harga dan Menu Berikut*. <https://kanal9.id/kolaborasi-mcdonalds-x-new-jeans-kini-hadir-di-indonesia-cek-harga-dan-menu-berikut.9480.html>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (14th-Edition ed.). England: Pearson Education.
- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2665>
- Mandas, A. L., Suroso, S., & S, D. S. (2019). Hubungan Antara Konsep Diri

- Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Pecinta Korea Di Manado Ditinjau Dari Jenis Kelamin. *Psikovidya*, 22(2), 164–189.
<https://doi.org/10.37303/psikovidya.v22i2.111>
- Meilina, E., & Kusumastuti, R. D. (2022). Hubungan Kredibilitas Artis K-Pop Sebagai Brand Ambassador Pada Keputusan Pembelian Di Kalangan Penggemar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(2), 59–66.
- Mufidah, E., Wahyuni, H., Hastari, S., & ... (2023). Gaya Hidup Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen di Pasuruan Raya. *Jurnal ...*, 1, 1–8.
<http://revenue.manuscript.org/index.php/revenue/article/view/4%0Ahttp://revenue.manuscript.org/index.php/revenue/article/download/4/1>
- Permana, S. H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia. *Aspirasi*, 8(1), 93–103. <http://news.detik.com/PinterPolitik>.
- PinterPolitik. (2023). *NewJeans, Tanda Kejenuhan Feminisme?*
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj2wKfh_p2CAxUrzDgGHXdcCY0QFnoECBUQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.pinterpolitik.com%2Fin-depth%2Fnewjeans-tanda-kejenuhan-feminisme%2F&usg=AOvVaw1qDbk0qj8G6hVVdag3nTji&opi=8
- POSKOTA. (2023). *Menu Kolaborasi McD X NewJeans Sudah Tersedia di Indonesia, Simak Harga Paket dan Cara Pesannya di Sini.*
<https://poskota.co.id/2023/07/13/menu-kolaborasi-mcd-x-newjeans-sudah-tersedia-di-indonesia-simak-harga-paket-dan-cara-pesannya-di-sini>

- Putra, I. D. A., & Putri, C. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Prilly Latuconsina terhadap Brand Image E-Commerce Shopee: Survei pada Mahasiswa Universitas Banten. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1029–1037.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Putri, S. M. R., Satoto, E. B., & Reskiputri, T. D. (2022). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Promosi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pada Followers @tokopedia. *Jurnal Peneliti Ekonomi*, 1(6), 74–86.
- Rahayu, N. C., & Jamiat, N. (2021). The Influence of Brand Ambassador BTS (Bangtan Seoyeondan) on Tokopedia Consumer Purchase Intention in Bandung City. *Udayana Journal of Social Sciences and Humanities (UJoSSH)*, 5(2), 81. <https://doi.org/10.24843/ujossh.2021.v05.i02.p05>
- Rahmatih, A. N., Fauzi, A., & Ermiana, I. (2020). Hubungan Motivasi dan Kemandirian Belajar Mahasiswa Calon Guru Sekolah Dasar. *Wahana Sekolah Dasar*, 28(2), 76–83. <https://doi.org/10.17977/um035v28i22020p076>
- Rante, N. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Oreo Blackpink di Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(1), 12.
- Rizqiyah, N., & Marzuki, M. E. (2023). Interaksi Simbolik Antara Penggemar Dengan Idol K-Pop Bangtan Boys Studi Fenomenologi Pada Platform

Weverse. *Jurnal Socia Logica*, 3(2).

Rmbarwati, R., Arijanti, S., & Jayanto, I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Idol Korea Dalam Mempromosikan Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Dan Minat Pembelian Di Indonesia (Literatur Review). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(1), 39–50.
<https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i1.193>

Roisah, R., Meliawati, Y., & Angliawati, R. Y. (2021). Meningkatkan Minat Beli Melalui Brand Ambassador. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 3(1), 7–19.

Saputri, D., Mulyatini, N., & Basari, A. (2020). Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 80–92.

Sarsono, A., Sitorus, P., Fatahillah, R., Duwi, A., & Eka, C. (2021). Pengaruh Tipe Post, Waktu Post, Testimoni Dan Follower Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 1(1), 91–100. <https://doi.org/10.37366/master.v1i1.158>

Siregar, N., & Ovilyani, R. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkomcabang Iskandar Muda No. 35 Medan Baru). *Jurnal Manajemen Tools*, 7(1), 65–76.

Situmeang, I. V. O., & Oishi, I. R. V. (2023). Pengaruh Kredibilitas Sumber Dan Bran Image Athena Terhadap Minat Beli Followers (Survey Pada Follower Akun tiktok@ dr Richard Lee). ... -*ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial ...*, 7(2),

156–168. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/2727%0Ahttps://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/2727/2012>

Sylvianita, A. (2023). The Influence of E-Service Quality and Brand Ambassadors in Forming Consumer Confidence that has an Impact on Consumer Buying Interest in the Tokopedia Application. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(2), 365–388. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v2i2.3124>

Ulfa, R. (2021). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>

Wadi, E. N., & Selfina, E. (2016). Peran Orang Tua Sebagai Keluarga Cyber Smart Dalam Mengajarkan Pendidikan Kristen Pada Remaja GKII Ebenhaezer Sentani Jayapura Papua. *Jurnal Jaffray*, 14(1), 77–92.

Waruwu, K. K., & Sahir, S. H. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap E-Loyalty pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(3), 335–341. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i3.2298>

Yonatan, A. Z. (2023). 7 Media Sosial Paling Populer 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszezfanyayonatan/7-media-sosial-paling-populer-2023-VXb0M>

Yulianti, Y., & Keni, K. (2022). Kredibilitas Sumber, Nilai Dari Uang, Kualitas Yang Dirasakan, Dan Sikap Terhadap Merek Sebagai Prediktor Terhadap Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Lokal. *DeReMa (Development*

Research of Management): Jurnal Manajemen, 17(1), 83.

Zakaria, M. R., Mustafa, N., Mirza, E., & Mohamad, W. (2020). the Use of Credibility Dimension Resources. *Solid State Technology, 63(6).*

Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. M. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R&D).* Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.

Zakiyah, I., & Kurniawati, E. (2023). Peran Brand Ambassador Boyband BTS Pada Iklan Gofood Dalam Membangun Brand Awareness. *Solusi, 21(4), 803–810.*

