

DAFTAR PUSTAKA

- Aespa Bawa Richoco ke Next Level: Analisis sukses kolaborasi.* (2024, Desember 22). Retrieved from Kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/nadiahnurazzahra1753/6767d75934777c163912ff82/aespa-bawa-richoco-ke-next-level-analisis-sukses-kolaborasi>
- Ahdiat, A. (2022, September 8). *Media sosial yang digunakan responden untuk berinteraksi dengan fandom K-Pop (Juni 2022)*. Retrieved from Databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/11589732707e16b/ini-medsos-favorit-komunitas-penggemar-k-pop>
- Aida, T. E. (2024). *Strategi marketing public relations FITHUB di media sosial @Fithub_Id dalam membangun brand awareness*. Universitas Satya Negara Indonesia .
- Alam, I. B., Indayani, L., & Yani, M. (n.d.). *Peran brand ambassador, brand image, sosial media instagram terhadap minat beli konsumen*.
- Alfatih, A. (2021). *Penelitian Metode Kuantitatif Eksplanatif*. Palembang: Kampus Unsri.
- Alfi, M. (2024, November 16). *Survei korean wave: Indonesia jadi negara pusat hallyu dengan antusiasme budaya korea tertinggi di Dunia*. Retrieved from Goodstats.id: <https://goodstats.id/article/survei-korean-wave-indonesia-jadi-negara-pusat-hallyu-dengan-antusiasme-budaya-korea-tertinggi-di-dunia-9f0mf>
- Ambarwati, 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)*. 2(1).
- Amin, F. N., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar* , 14(1).
- Andila, A. (2023, Maret 15). *Girl group K-Pop paling disukai orang Indonesia 2023*. Retrieved from Data.goodstats.id: <https://data.goodstats.id/statistic/girl-group-k-pop-paling-disukai-orang-indonesia-2023-A2Ttb>
- Diputri, T. A., & Afriani, A. L. (2022). Pengaruh media sosial Instagram terhadap brand image PT Hijau Indah Selaras. *Jurnal Communicology*, 10(2).
- Devriany,. (2023). *Buku ajar metode penelitian*. CV Science Techno Direct Perum Korpri, Pangkalpinang.

- Fatihah, N. A., & Saputro, E. P. (2024). *Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk skincare nature republic* .
- Fatoni. (2025, Februari 15). *Instagram Juara! ini media sosial favorit dunia tahun 2025*. Retrieved from Tagar.co: <https://tagar.co/instagram-juara-ini-media-sosial-favorit-dunia-tahun-2025/>
- Fauziyyah, S. N., & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: efektivitas akun Instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Followers . *Jurnal Ilmu Komunikasi* , 3(1).
- Fitri, S. M. (2024). *Pengaruh EXO sebagai brand ambassador Scarlett terhadap brand awareness* .
- Indriningtiyas, D. (2022). Brand Ambassador artis korea pada E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 6(2).
- Iswanto, F. A. (2021). Pengaruh perbedaan karakteristik brand ambassador terhadap keputusan pembelian konsumen ruangguru. *Jurnal Ilmu Manajemen* , 9(1).
- Izzmatika, A. N., & Halida, U. M. (2024). Peran brand ambassador dalam meningkatkan brand awareness pada Mytafash_Up. *Journal of Sharia Management and Business*, 4(2).
- Janna, N. M. (2022). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*.
- Kumara, A. R. (2018). *Metode penelitian kualitatif*. Universitas Ahmad Dahlan.
- Kurniawan, I. (2024, Juni 29). *Kantar rilis laporan brand Footprint Indonesia 2024, Ungkap 2 Kesamaan 10 Produk Peringkat Teratas*. Retrieved from Tabloidbintang.com: <https://www.tabloidbintang.com/gaya-hidup/196834-kantar-rilis-laporan-brand-footprint-indonesia-2024-ungkap-2-kesamaan-10-produk-peringkat-teratas>
- Listyaningsih, & Kramadibrata, I. B. (2025). Pengaruh brand ambassador dan digital marketing terhadap purchase decision pada produk wafer Nabati di Jakarta. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syarifah*, 3(1).
- Malenia, D. (2023). *Pengaruh brand ambassador dinda hauw terhadap brand image kosmetik wardah pada mahasiswi ilmu komunikasi UIN SUSKA RIAU ANGKATAN 2018* .
- Marchellia, R. C. I. A., & Siahaan, C. (2022). Peranan media sosial Instagram sebagai media komunikasi remaja penggemar K-Pop . *Jurnal Riset Komunikasi* , 13(1).

- Martaputri, F. H., Barkah, C. S., Sukoco, I., & Auliana, L. (2022). Peran brand ambassador dalam pembentukan brand awareness (Studi Kasus Girl Group Twice Sebagai Brand Ambassador Merek Perawatan Wajah Scarlett Whitening). *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 9(2).
- Nuryadi. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Putri, M. O., & Sabardini, S. E. (2023). *Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (Kasus Produk Skincare Whitelab Pada Masyarakat Di Yogyakarta)*.
- Permana. (2023). Uji normalitas data menggunakan metode empirical .
- Rahmadani, A., & Anggarini, Y. (2021). *Pengaruh korean wave dan brand ambassador pada pengambilan keputusan konsumen*. 22(1).
- Rifazka, A. (2024, July 15). *Kemajuan sektor FMCG di Indonesia melalui digitalisasi*. Retrieved from Digital Transformation.co.id: <https://digitaltransformation.co.id/kemajuan-sektor-fmcg-di-indonesia-melalui-digitalisasi/>
- Ruslan, & Kurbani, A. (2020). *Pengaruh pengawasan dan kemampuan kerja terhadap kinerja pegawai kejaksaaan tinggi sumatera selatan*. 2(1).
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). analisis faktor-faktor penyebab keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1).
- Saputri, N. I. (2022). *Perilaku loyalitas penggemar Kpop di Indonesia* . 1(1).
- Satira, A. U., & Hidriani, R. (2021). Peran penting public relations di era digital. *Jurnal International*.
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). *Analisis pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi lazada di kota Manado* . 11(3).
- Sepilla, S., & Purworini, D. (2022). *The effect of celebrity endorser Raffi Ahmad and testimonial on consumer buying interest of lemonilo products on social media* .
- Setiawan, E. (2023). *Evaluasi akuntansi persediaan barang dagang pada PT. Lotte Shoping Indonesia cabang lotte grosir Karawang*. Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Gici .
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2021). *Pengaruh korean wave dan ulasan online terhadap minat beli produk skin care Korea Selatan* . 4(1).

- Siregar, L. Y., & Nasution, M. P. I. (2022). Pengaruh promosi, brand ambassador terhadap minat beli konsumen yang berdampak pada keputusan pembelian produk bagi pengguna Tokopedia pada mahasiswa/i Uinsu. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(3).
- Situmorang, W. R., & Hayati, R. (2023). Media sosial Instagram sebagai bentuk validasi dan representasi diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1).
- Suciawan, C. C. (2022). *Pengaruh brand awareness dan brand trust terhadap niat beli konsumen baticue*. 7(4).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif* (1st ed., Vol. 1). Penerbit alfabeta.
- Sukmawati, S. P., & Fitriyah, Z. (2021). *Efek brand ambassador dan iklan terhadap keputusan pembelian*. CV Mitra Abisatya.
- Suwarsa, T., & Hasibuan, A. R. (2021). *Pengaruh pajak restoran dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah kota Padangsidempuan periode 2018-2020*. 14(2).
- Tahitu, A., Tutuhaturunewa, A. R., & Fadirubun, V. M. (2024). *Pengaruh komunikasi organisasi terhadap gaya kepemimpinan lurah milenial di kota Ambon*. 6(1).
- Timpal, R. S., Massie, J. D. D., & Pandowo, M. H. C. (2022). The role of brand ambassador on consumer purchase decision on Tokopedia marketplace. *Jurnal EMBA*.
- Tranggono, D., Nidita, A., & Juwito, P. (2020). Pengaruh terpaan iklan nacific di Instagram terhadap keputusan pembelian produk nacific pada followers akun @Nacificofficial.id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2).
- Waskithoaji, Y., & Darmawana, B. A. (2022). Peran teknologi dalam penggunaan media sosial dan dampaknya terhadap UMKM. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(2).
- Yusuf, A. H. P., Tumbel, T. M., & Tamengkel, L. F. (2024). *Pengaruh brand ambassador K-Pop EXO terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Manado*. 5.