

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rineka Cipta
- Aaker, 2012, “*Managing Brand Equality Capitalizing On The Value Of A Brand Name*”, Free Press, New York
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Lie Joko Budiman, 2004, *Brand Equity Ten Strategi Memipin Pasar*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, et.al. (2010). *Perilaku Konsumen, Edisi 6, Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Finanda, I. R., & Wiwaha, A. (2018). Pengaruh word of mouth dan brand image terhadap keputusan penggunaan salon kecantikan pada konsumen Miloff Beauty Bar. *E-journal Widya Ekonomika*, 1(2), 134-140
- Ghozali, Imam., 2012, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*”, Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Hanjani, V. P. (2019). *Korean Pop sebagai Identitas Subkultur iKONIC (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Budaya)*.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken*. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01).
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Keenam, Terjemahan Wilhemnus W. Bokowatum*. Jakarta: Intermedia.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *PrinsipPrinsip Pemasaran. Alih bahasa oleh Bob Sabran. Edisi kedua belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2009).
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Lathifah, I. N., Herman, A., & Yusaputra, M. I. (2019). *Pengaruh Mengakses Korean Wave terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu*. KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(2), 111-126.
- Lita, R., & Cho, Y. C. (2012). *The influence of media on attitudinal and behavioral changes: acceptance of culture and products*. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 11(12), 1433-1444.
- Lestari, H., Sunarti, S., & Bafadhal, A. S. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 67-78).
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Mahendrayasa, A. C. (2014). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM "IM3" Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1)
- Merinescu, Valentina. 2014, *The Global Impact of South Korean Popular Culture: Hallyu Unbound*. Lexington Books.
- Morrison. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Premadamedia Grup.

- Mowen, John C. dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya*. Jakarta : Erlangga.
- Putra, M. I. (2014). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1).
- Putri, A. N., Handayani, T., & Astuti, M. (2019). *Pengaruh iklan, selebriti pendukung dan pemasaran dari mulut ke mulut terhadap kesadaran merek pada produk mie sedaap*. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 24-34.
- Rahayu, P. (2014). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumenproduk Smartfren Andromax (studi pada mahasiswa kampus ketintang Universitas Negeri Surabaya)*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(1).
- Royan, Frans. 2004. *Marketing Celebrities. PT. Elex Media Komputindo*. Jakarta
- Siswandi, R. A. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Kasus pada konsumen produk kosmetik Korea Selatan Nature Republic di kota Surabaya)*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(9).
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Perilaku Konsumen. Terjemahan Ed. 7* Jakarta : PT. Indeks.
- Sangadji, Etta M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, Bashu dan T. Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: BPFE

- Siregar, M. F. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Café Shelter 1 Coffee Jalan Jamin Ginting Medan)*.
- Sagia, A., Situmorang, S. H., & SE, M. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286-298.
- Strinati, Dominic. 2007. *Populer Culture*. Bandung: Jejak
- Syam, H. M. (2015). *Globalisasi Media dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya Populerkorea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh*. *Avant Garde*, 3(1).
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Surachman. (2011). *Dasar-dasar manajemen merek*. Bayumedia: Malang.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardani, E. S., & Santosa, A. (2020). *Pengaruh Hallyu, Ambassador Merek, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Atas Produk Republik Natur Di Yogyakarta*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 203-211.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016, March). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: a Case Of Tous Les Joursin Indonesia. In *International Conference on Entrepreneurship (IConEnt-2016)*.

WOMMA. 2007. *An introduction to WOM Marketing*. WOM 101, 1:1-6.

Yulawati, L. 2009. *Panduan bijak mengenal budaya populer Korea “Korean Wave”*. Surabaya: Pena Nusantara.

<https://inforial.tempo.co/info/1001375/seminggu-dirilis-mie-sedaap-goreng-korean-spicy-chicken-sold-out-di-pasaran> Diakses pada tanggal 5 Okt 2020 pukul 10.08 WIB.

<https://www.tribunnews.com/travel/2019/11/18/indonesia-jadi-pasar-penting-bagi-kuliner-korea-selatan>.

https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2019. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2020 pukul 09.03 WIB.

<https://www.idntimes.com/news/indonesia/erwanto/masyarakat-indonesia-santap-132-miliar-bungkus-mie-instan-per-tahun/3>. Diakses pada tanggal 16 november 2020 pukul 15.20 WIB.