

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Mehdi, Reza Abachian Ghassemi, and Leila Nasrolahi Vosta. "Analysing the Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 143 (2014): 822–26. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.483>.
- Aisyah, Siti, Rina Sovianti, Universitas Bhayangkara, Jakarta Raya, Asima Sitanggang, Hendra Hendra, Politeknik Wilmar, and Bisnis Indonesia. *Dasar-Dasar Periklanan*, 2021.
- Farahdiba, Dea. "KONSEP DAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN: PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN MENUJU ERA DISRUPSI." *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* 8, no. 1 (2020): 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>.
- Ferdinand, Augusty Tae. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Ilmu Manajemen*. 5th ed. Semarang, 2014.
- Firmansyah, Anang. "Buku Pemasaran Produk Dan Merek." *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, no. August (2019): 143–44.
- . *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media, 2020.
- Hendytami, Nickasari, Najamuddin Khairur Rijal, and Devita Prinanda. "Homogenisasi Budaya Dan Pengaruh Teknologi: Korean Wave Sebagai Budaya Global." *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial* 7, no. 2 (June 21, 2022):

205–18. <https://doi.org/10.33506/jn.v7i2.1766>.

Horwitz, Lauren. “DEFINITION *Brand ambassador*.” *Techtarget.Com*, 2023.  
<https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/definition/brand-ambassador>.

Kim, Yeonjeong. “Indonesia Negara Yang Paling Ramai Membicarakan K-Pop Di Twitter 2021.” *Twitter Blog*, 2022.  
[https://blog.twitter.com/in\\_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-k-pop-di-twitter](https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-k-pop-di-twitter).

Lea-Greenwood, Gaynor. *Lea-Greenwood, Gaynor. 2013. Fashion Marketing Communications E-Book. Somerset, NJ, USA: Wiley. News.Ge. Vol. 4, 2013.*

Mubarok, Dadan Abdul Aziz. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung).” *Jurnal Indonesia Membangun* 3, no. 1 (2016): 61–76.

Nilamsari, Natalina. “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif.” *Jurnal Wacana* 13, no. 2 (2014): 177–81.

Panuju, Redi. *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Dan Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran. Prenada Media Group, 2019.*  
<http://repository.unitomo.ac.id/2252/1/3>. Buku Kompas\_compressed.pdf.

Purwati, Annung, and Mega Mirasaputri Cahyanti. “Pengaruh *Brand ambassador* Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai

Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11, no. 1 (2022): 32–46.

Putri, Lita Eka Cahyani, and Siti Ning Farida. “PENGARUH BRAND AMBASADOR DAN BRAND PERSONALITY TERHADAP MINAT BELI PADA PENGGUNA SKINCARE POND’S.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)* 7, no. 3 (December 1, 2022): 515–26. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i3.1908>.

Rabadi, salwa rizka. “NCT 127 Sebagai *Brand ambassador* ‘Click.’” *Kompasiana.Com*, July 18, 2022. <https://www.kompasiana.com/salwarizkarabadi/62d42c39ce96e5474f552382/nct-127-sebagai-brand-ambassador-click>.

Rahme, Kamila Alfiana, Serafine Angelina Yudianto, Eugenia Desta Riana Putri, and Muhamad Nastain. “The Influence of NCT 127 *Brand ambassador* on The ‘Click’ Toothpaste Brand Image in NCTzen.” *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities* 1, no. 2 (2022): 95–101. <https://doi.org/10.59110/aplikatif.v1i2.100>.

Sari, Saidah Putri. “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, no. 1 (2020): 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.

So Won. “Distribution of K-Pop Views on YouTube Worldwide as of June 2019, by Country.” Statista, 2021. <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube->

views-by-country.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sumarni. “Alasan NCT 127 Didapuk Jadi *Brand ambassador* Click.” *Suara.Com*, July 4, 2022.  
<https://www.suara.com/entertainment/2022/07/04/142924/alasan-nct-127-didapuk-jadi-brand-ambassador-click>.

Suriani, Nidia, Risnita, and M. Syahran Jailani. “Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan.” *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24–36.  
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>.

Wansik, Moon. “세븐틴, 5월 보이그룹 브랜드평판 1위..2위 투어스·3위 NCT.” *Star News*, May 11, 2024.  
<https://www.starnewskorea.com/stview.php?no=2024051108395910924>.

Wulandari, Astri, Dessy Putri Wahyuni, and M Nastain. “Minat Beli Konsumen: Survei Terhadap Konsumen Shopee Di Yogyakarta.” *Journal of Media and Communication Science* 4, no. 3 (2021): 123–34.

Yuniaris, Wenny. “Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Pasca Bayar Halo Di Malang.” *Manajemen Bisnis* 1, no. 1 (2013): 21. <https://doi.org/10.22219/jmb.v1i1.1319>.

