

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi. 2020. Analisis Pengaruh CelebrityEndorse, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*. 2(1). 91-109
- Asiaexchange.Org. (2018, October 4). The Korean Wave Is Taking The World By Storm! Asia Exchange Blogs. <https://Asiaexchange.Org/Blogs/What-IsThe-Korean-Wave/>
- A Suwuh, J. L., Kindangen, P., & Saerang, R. T. (2022). the Influence of Korean Wave, Brand Ambassador, and Brand Image on Purchase Intention of Somethinc Skincare Products in Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1146–1155.
- Astari, Syarida Puspa (2019) *Pengaruh Penerapan Tren Budaya Korea (Korean Wave) dan Penggunaan Sosial Media terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Restoran-Restoran Korea di Kota Bandung)*. Other thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Bayu Mahardika. (2021). Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* <https://Jurnal.Unibrah.Ac.Id/Index.Php/JIWP>, 7(1), 391–402.
- bisnisindonesia.id/article/memperscantik-paras-bisnis-kosmetik-lewat-penjualan-online

Citra, A. D., & Oktafani, F. (2022). How Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality Affects Purchase Intention Skincare Products in Bandung City. *Proceedings of the 2nd Indian International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, 2021*, 16–18. <https://ieomsociety.org/proceedings/2022india/687.pdf>

compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/

daerah.sindone.ws.com/read/350478/701/permintaan-skincare-tembus-70-tren-kosmetik-2021-bakal-tumbuh-pesat-1614582187/3

Fatabillah.S. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk Harga terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure Di Kota Makassar*. Thesis, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.

Flora, N., Irzani, A., & Roikhan, M. R. (2022). Efektivitas Nct Dream Sebagai Brand Ambassador Produk Somethinc dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(1), 254–259. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3>

Ghozali, I. (2018). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”* Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Haqiqi, N., & Widwi, H. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat beli konsumen Di Perkebunan Sayuran Andritani Farmkabupaten Cianjur. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 717–729.

file:///E:/jurnal seminar proposal/jurnal fix/minat beli/1514-Article Text-4471-publish.pdf

Hendayana, Y., & Afifah, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 32–46. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1285>
<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JEK OBS>

Izza, N, D. (2022) *Pengaruh Kualitas Produk, E-WOM dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Skincare Lokal Indonesia. Thesis, Universitas 17 Agustus Surabaya.*

Junaidi Sagir, Ninin Setianing Pandika, & Sri Darwini. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea. *Journal of Economics and Business*, 7(1), 125–142. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v7i1.72>

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.* Jakarta: PT. Indeks.

Laksana, Muhammad Fajar (2019), *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran,* Depok: Khalifah Mediatama

Lee, J. E., Goh, M. L., & Mohd Noor, M. N. Bin. (2019). Understanding purchase intention of university students towards skin care products. *PSU Research Review*, 3(3), 161– 178

- Lestari, H. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta dan pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Citra Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. Sarjana Thesis. Universitas Brawijaya
- Maulida, N. F., Saufi, A., & HS, R. (2022a). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kecantikan Nacific Di Indonesia. *Urgentrev Management Review*, 2(2).
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., Soegonto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Nanda, P., Naila, A., Eman, S. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Jurnal Ekonomi*, 17(1), 302-214.
- Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid-19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 17-29.
- Nurhafifah Matondang & Miguna Astuti, 2020 “*Manajemen Pemasaran*”, Yogyakarta: Deepublish.
- Pratama, A. A., & Rubiyanti, N. (2023). *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Twice terhadap Brand Image Scarlett Whitening*. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 192–200.

- Priansa, Doni Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Konteporer, Edisi 1*, Bandung: Cv. Alfabeta.
- Priyanti, Y., Susanti, F., & Aziz, N. (2017). Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata di pasar Raya Padang Dilihat dari Sikap dan Iklan. *Jurnal Pundi*, 1(2).
- 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>
- Roisal, R., & Riana, D. (2016). Telaah hubungan citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 100-107.
- Rossiter, Percy, dan Bergkvist. 2018. *Marketing Communications: Objectives, Strategy, Tactics*, Teller Road Thousand Oaks, United Kingdom Sage.
- Siti Asti Millenia (2022) *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Produk skincare Somethinc pada penggemar dan non-penggemar NCT Dream*. Thesis, Universitas Bakrie
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. (2016). *Salesmanship: Kependjualan*. Bumi Aksara.
- Subagyo & Nasyatul, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Brand Ambassador dan Green Marketing terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree Central Park Mall. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 42–58. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v5i1.149>
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabet.

Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>

Sumiati. 2019. Dampak Etnosentrime dan Budaya Populer terhadap Sikap Konsumen serta Implikasinya terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. 4 (2) : 27-31.

Sunyoto, Danang (2019), *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi dan Kasus*, Jakarta: Center of Academics Publishing service.

Tjiptono, Fandy., dan Anastasia Diana (2020), *Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.

Wasitaningrum, T., & Nur Cahya, H. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening Article Information. *Jekobs*, 1(1), 58–70.

www.cbzette.co.id/article/page/congratulations-somethinc-berhasil-memimpin-pasar-skincare-lokal-2997