

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin & Rafiqah (2021). The Effect Of Brand ambassador, E-WOM, Lifestyle, Country Of Origin And Motivation On The Decision To Purchase Korean Skincare Products Nature Republic : INVEST : *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi : Volume 2 No 1 Halaman 1-14.*
- Arianty & Ari (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian : *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen : Volume 4, Nomor 1 , Maret 2021.*
- Cahyani, Khoiriyah Indra, & Endang Sutrasmawati.(2016). Pengaruh Brand awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian : *Management Analysis Journal 5 (4) (2016).*
- Elvina, Ngajudin,Fauzi,Ivone,Elserra (2021). Pengaruh Brand ambassador Terhadap Keputusan Pembeli (Di Platform E-commerce Shopee Dan Tokopedia) : *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS) : Vol 3, No 1, Agustus 2021, Hal 12–16.*
- Faradasya & Dr. Nurwita (2021). Pengaruh Brand ambassador KPOP Stray Kids dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus E-commerce Shopee) : *e-Proceeding of Management : Vol.8, No.2 April 2021.*
- Hariyanto & Andi Wijaya (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision : *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan ISSN 2657-0025 (Versi Elektronik)Vol. 04, No. 01, Januari2022: hlm 198-205.*

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f8ac51a42afd/ampuhnya-pesona-artis-korea-mengerek-penjualan-e-commerce-indonesia> diakses pada 16 November 2022.

<http://repository.stei.ac.id/1791/3/Arif%20Zakiyyatan%20Effendi%20-%20Skripsi%20%28Revisi%20Sidang%29%20Fixx-pages-25-50%20bab%20II.pdf> diakses pada 16 November 2022.

<https://repository.uinsuska.ac.id/30169/1/GABUNGAN%20KRIPSI%20KECUALI%20BAB%20V.pdf> diakses pada 16 November 2022.

<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/202201262028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-K-POPer-terbesar-di-twitter> diakses pada 16 November 2022.

<https://www.kompasiana.com/priskiliachristi/62c6bb4fbb44860b77719244/fenomena-artis-korea-sebagai-brand-ambassador-produk-lokal> diakses pada 16 November 2022.

<https://www.statmat.net/uji-validitas-dan-reliabilitas/> diakses pada 29 Maret 2023

<https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini> diakses pada 20 Maret 2022.

Karim (2019). Pengaruh Tagline Iklan Versi ‘Axis Hits Bonus’ dan Brand ambassador terhadap Brand awareness Kartu Axis (Studi pada Mahasiswa STIE AMKOP Makassar) : *Movere Journal: Vol 1 No. 1 Januari 2019 Hal 1-13*.

Lailiya (2020) . Pengaruh Brand Amabssador dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia : *IQTISHA Dequity Prodi S1 Manajemen, Fakultas*

*Ekonomi dan Bisnis : Vol. 2, No. 2, Tahun 2020, ISSN: 2622-6367*

*(ONLINE).*

Lukman (2014) . Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak : *Jurnal Administrasi Bisnis : Vol. 10 No. 1 (2014) .*

Mahisa,Sulhaini,Sri (2019). Analisis Pengaruh Tagline dan Brand ambassador Terhadap Brand awareness Telepon Seluler Merek Oppo (Studi pada Pekerja Kantoran di Kota Mataram) : *JRM : VOL. 19 No. 2 SEPTEMBER 2019.*

Septiyanto, Ixfan Bayu (2016). Pengaruh Brand ambassador, Tagline, dan Jingle Iklan Versi Iklan Televisi Terhadap Brand awareness (Studi pada Pengguna Produk Yamaha Motor) : *Skripsi : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo.*

Shyfa, Nadia, M., Aulia, P. Prodi, Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2020). The Influence Of BTS KPOP as Brand ambassador on Purchase Decision in Tokopedia : *e-Proceeding of Management : Vol.7, No.2 Agustus 2020.*

Siskhawati, L., & Atman Maulana, H. (2021). The Influence Of Brand ambassador and Korean Wave On Purchase Decision For Neo Coffee Products : *Jurnal Ekonomi dan Bisnis : Volume 24 ,Nomor 01 Maret 2021. Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan.*

Sterie, James,Djurwati (2019). Pengaruh Brand ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop sebagai

Distributor Utama Telkomsel di Manado : *Jurnal EMBA: Vol.7 No.4 Juli 2019, Hal. 3139 – 3148.*

