

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, I., & Bestari, D. K. P. (2023). Peran Marketing Mix Dan Green Marketing Terhadap Proses Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492-500.
- Agueni, R. P. D., & Suyanto, A. M. A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Red Velvet pada Azarine Cosmetic terhadap Brand Image dan Minat Pembelian yang Memiliki Dampak pada Keputusan Pembelian Penggemar K-Pop (ReVeluv) di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 294-304.
- Ahmad, M. Y., Irwan, I., Ruhamah, R., Jannah, N. I., Hasanah, I., & Arabi, R. F. (2024). Fenomena Korean Wave pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh. *Jurnal Adabiya*, 26(1), 110-121.
- Alfian, L. V., & Adhie, M. K. (2023, August). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Produk Yakult di Bandar Lampung. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya (Vol. 1, pp. 20-28)*.
- Amelia, D., Karina, R., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., & Rahmat, R. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 11-24.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Pilar*, 14(1), 15-31.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce Tokopedia di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 663-674.

- Aruna, S. T., Hariasih, M., & Pebrianggara, A. (2024). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GARNIER SAKURA GLOW. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 228-245.
- Ayu, L. T. (2022). Pengaruh Brand Ambassador BTS (Bangtan Boys) dan E-Trust terhadap Minat Beli. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1516-1542.
- Berliani, T., & Rojuaniah, R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness dan Electronic Word of Mouth. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(24), 823-836.
- Dalimunthe, M. H., & Aslami, N. (2021). Perencanaan dan Strategi Pemasaran Asuransi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(1), 54-67.
- Damayanti, I. G. A. A. S., Anggarisa, P. V. Y., & Raissa, S. S. (2023). Pengaruh Korean Wave Terhadap Penggunaan Korean Brand Ambassador Pada Brand Skincare Indonesia Dan Bagaimana Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas Merek, Sikap Merek, Dan Niat Beli. *Jurnal Darma Agung*, 31(3), 294-301.
- Dihni, V. A. (2022). Ini Produk Skincare dan Kosmetik Paling Terkenal di Kalangan K-Popers. *databoks. katadata. co. id*. Diperoleh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/ini-produkskincare-dan-kosmetik-paling-terkenal-di-kalangan-k-popers>.
- Elitasari, N. E. N., & Shafariah, H. S. H. (2022). Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea Nature Republic (Studi Kasus Pada Konsumen Penggemar NCT 127 di Bekasi). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(5), 703-717.
- Fajar, M. R., Suhud, U., & Febrilia, I. (2023). Analisis Variabel-Variabel Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pameran Sepatu Jakarta Sneakers Day. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(5), 1249-1270.

- Fauziyah, R. L., Rusti, N., & Widakdo, D. S. (2023). The Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Semut. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 11(2), 352-368.
- Hardiyanti, M. F., Mutiah, S., & Kom, M. I. (2024). STRATEGI CO-BRANDING ANTARA AZARINE DAN MARVEL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK. *The Commercium*, 8(01), 67-76.
- Hijra, H. (2022). Pengaruh Korean Wave Dan Brand ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Scarlett Di Makassar). *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 01-15.
- Huda, I. U., Sapar, J. F., & Karsudjono, A. J. (2024). Pengaruh Brand ambassador dan Korean Wave terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada Mahasiswa STIE Pancasetia Banjarmasin. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 14(10).
- Jannah, M. R., & Siregar, S. L. (2024). Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 4(1), 241-264.
- Jiwa, T., & Cahyani, L. (2022). Analisis Konten Pada Sosial Media Instagram Di CV Sahabat Bisnis Nusantara Tahun 2022. *eProceedings of Applied Science*, 8(5).
- Juliadi, A., Aulia, M., & Ramadhani, S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador NCT Dream dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(1), 1-8
- Kustiawan, W., Efendi, E., Candra, W., & Zein, P. R. (2023). Dampak Korean Wave (Hallyu) Bagi Budaya Indonesia Sebagai Dampak Dari Globalisasi Media. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(4), 561-569.
- Lestari, A. T., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Korea Lee Minho, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

- Sunscreen Azarine (Studi Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNESA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 174-186.
- Meliyati, M., Putra, A. E., & Emilda, E. (2023). Analisis Kinerja Keuangan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 5637-5652.
- Muliyani, E., & Zaini, M. (2024). Pengaruh Brand Experience, Brand Personality, dan Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sepatu Merek Converse. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4456-4466.
- Nuzully, M., & Indriyanti, I. S. (2023). Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Konsumen Tokopedia di DKI Jakarta. *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 3(3), 1-16.
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302-314.
- Putri, F. H. N., Harwindito, B., Yenny, M., Saptadinata, A., & Faluti, M. Z. (2024). Pengaruh Popularitas Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food Di Jakarta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 9(1), 21-30.
- Rahayu, H. P., & Habib, M. A. F. (2023). STRATEGI PEMASARAN NOVI ULVIA MUA DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(1).
- Rahmadani, A., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Korean Wave dan brand ambassador pada pengambilan keputusan konsumen. *Telaah Bisnis*, 22(1), 59-72.
- Rahmadany, P., Nurbaiti, N., & Nasution, J. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mahasiswa UINSU Dalam Menentukan Produk Perawatan Wajah Skincare. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 2(3), 38-52.

- Rosi, A., & Muliatie, Y. E. (2024). PENGARUH BRAND PERSONALITY DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK FASHION INDONESIA ERIGO STORE DI SURABAYA. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Sosial*, 1(4), 1-10.
- Saadah, M., Prasetyo, Y. C., & Rahmayati, G. T. (2022). Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif. *Al-'Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 1(2), 54-64.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (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.
- Sawo, M. K., Rogi, O. H., & Lakat, R. S. (2021). ANALISIS PENGEMBANGAN KAWASAN PERMUKIMAN BERDASARKAN KEMAMPUAN LAHAN DI DISTRIK MUARA TAMI. *SPASIAL*, 8(3), 311-325.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211.
- Shabry, M. (2022). Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *INSPIRASI: JURNAL ILMU-ILMU SOSIAL*, 19(2), 721-730.
- Siboro, E. Y. L. P., & Yokanan, R. T. (2023). Pengaruh promotion, store atmosphere, dan service quality terhadap customer satisfaction dimediasi oleh Keputusan Pembelian. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 19(1), 152-162.
- Sukamto, V. P., & Primadini, I. (2023). The rebranding strategy of Azarine Cosmetic. *PRofesi Humas*, 8(1), 102-126.
- Tamher, D. M., & Kristaung, R. (2024). PENGARUH BRAND PERSONALITY, BRAND ATTACHMENT, BRAND LOVE TERHADAP KESETIAN PELANGGAN. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(1), 545-554.

- Tibayan, W., Mawar, F., Paridi, A., & Londong, J. P. (2023). Pengaruh Korean Wave Dan Brand Ambassador Pada Keputusan Pembelian Handphone Samsung Dan Gaya Hidup Konsumen Di Makassar. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(4), 932-943.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511-521.
- Wang, S., Chan, A., & Fordian, D. (2022). The Effect of Co-Branding on Customer-Based Brand Equity of Indomie Hypeabis Campaign (Study on Collaboration of Indomie and the Goods Dept). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 121(2).
- Wardani, I., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 1114-1124.
- Wongkar, K., Lumanauw, B., & Kawet, R. C. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING, FOOD QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOKUMI MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 431-441.
- Yuwono, B., & Permana, A. G. (2023). Pengaruh Insentif dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Marketing pada PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Tanjung Priok. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 54-61.