

DAFTAR REFERENSI

- Abdillah. (2021). Fenomena Korean Wave, Demam yang Belum Akan Reda. *Liputan6.Com*.
<https://www.liputan6.com/news/read/4552209/special-content-fenomena-korean-wave-demam-yang-belum-akan-reda>
- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak Brand Image , Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). *Progress Conference*, 2(July), 406–413.
<http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/210/199>
- Andriani, N. C., & Ngatno, D. D. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9, 198–208.
- Anggraeni, E. D. (2020). Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 419–433. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.148>
- Anova, A. N. R. (2020). Jurnal manajemen dan akuntansi. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 21(2), 10–20.
- Ariningrum, A. I. (2019). Analisis Pengaruh Green Product dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–6.
- Blackwell, R. D., Miniard, W., Peter, J. P., Olson, J. C., Konsumen, P., Manajemen, P., Analisis, P., Manajemen, L. R., Jasa, P., & Edisi, P. (2005). *satisfaction and Customer Loyalty Relationship : Evidence from Taiwanese Hypermarket Industry "*, *Journal of American Academy of Yogyakarta : 1997*, 1995–1996.
- Brand, P. (2019). *No Title*. 2019.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (p. 17). Guepedia.
<https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAAQBAJ>
- Empiris, S., & Manufaktur, P. (2016). Artikel pengaruh. *Pengaruh Earning Power, Kecakapan Manajerial Dan Employee Stock Ownership Program Terhadap Manajemen Laba Riil*, 2(2), 22–31.
- Febriana, M., Sampurno, & Djoharsjah. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Hallyu Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Brand Switching dan Implikasinya terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi*, 19(3), 299–313.
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 91–109. <https://doi.org/10.47080/progress.v3i1.782>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro
- Fiedler, B. A. (2018). Translating national policy to improve environmental conditions impacting public health through community planning. *Translating National Policy to Improve Environmental Conditions Impacting Public Health Through Community Planning*, 84(2), 1–312. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-75361-4>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Universitas Diponegoro.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV BUDI UTAMA.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: (Planning & Strategy)*. CV PENERBIT QIARA MEDIA.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id. *E-Proceeding of Management*, 3(1), 620–625.
- Hair, J. F., Black, B., Black, W. C., & Babin, B. J. (2010). *Multivariate Data Analysis. In Vectors*.
- Hariandja, E. S., Harapan, U. P., & Innovativeness, L. C. (2016). *THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR ON BRAND IMAGE AND CONSUMER PURCHASING DECISION : A CASE OF TOUS LES JOURS IN THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR ON BRAND IMAGE AND CONSUMER PURCHASING DECISION : local or international brands in the market market in Indon. March*.
- Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 198. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17192>
- Havidz, Ikramina Larasati Hazrati, S.H., MBA., P. . (2020). KONTEKS BUDAYA DAN KONTEKS ORGANISASI DALAM GLOBAL MARKET. In *MANAJEMEN SDM INTERNASIONAL* (Issue September).
- Hutauruk, M. R. (2020). Barang Kebutuhan Pokok Di Samarinda (the Effect of Pandemic Covid-19 on Factors Which Determine Consumer Behavior To Buy Staple Goods in Samarinda). *Jurnal Riset Inossa*, 2(June), 1–15.
- Jatmiko, Fadli, J. A., Mudjiarto, & Sinaga, O. (2020). Purchase Decision Making Model Based on Mental Accounting in the Day Old Chicken Industry in Indonesia. *Review of International Geographical Education*, 1(6), 1153–1166. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.06.132>
- Kalyoncuoğlu, S., Aydıntan, B., & Göksel, A. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: An Experimental Study on Undergraduate Business Students. *Journal of Management Research*, 9(3), 72. <https://doi.org/10.5296/jmr.v9i3.11282>
- Kirana, L. C., Trijayanti, R. T., & Sari, Y. I. (2020). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Dalam Instagram Meccanismoofficialshop Terhadap Brand Image Meccanismo. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 308–320. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.302>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Wong, V. (n.d.). *Principles of Marketing*.
- Kotler, & Philip & Armstrong G. (2008). *Dasar-dasar Pemasaran (Principles of marketing)*.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi : Dasar dan Penerapannya dengan R* (p. 45). KENCANA.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>
- Lestari, Heppiana , Sunarti, Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan korean wave terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Administrasi Bisnis*, 66(1).
- Manajemen, E., & Gunadarma, U. (2022). *Determinan keputusan pembelian konsumen pada*

- marketplace shopee*. 1(3), 10–19.
- Maksum, A. R., Arifin, R., & M.Hufron. (2018). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 53(9), 1689–1699.
- McLeod, R., & Schell, G. (2012). *Management Information Systems Systems , stems , 10 / e System Users and Developers*.
- Nadhiroh, U., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision Dengan Perceived Quality Sebagai Variabel Mediasi. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(1), 401. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.1.401-412.2022>
- Nguyen, X. T. (2019). Factors Impacting on Korean Consumer Goods Purchase Decision of Vietnam's Generation Z. *Journal of Distribution Science*, 17(10), 61–71. <https://doi.org/10.15722/jds.17.10.201910.61>
- Nugroho, N. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen pada Smartphone Samsung Galaxy A10s. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 223–249.
- Nurunnisha, G. A. (2021). *Female Students Perceptions on The Effect of Country of Origin , Brand Ambassador on Purchase Intentions : A Study on The Geographical Origin of Tokopedia E- Commerce Company , Indonesia*. 11(1), 573–582. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.1.41>
- Nurunnisha, G. A., Roespinoedji, R., & Roespinoedji, D. (2021). Female Students Perceptions on The Effect of Country of Origin, Brand Ambassador on Purchase Intentions: A Study on The Geographical Origin of Tokopedia E-Commerce Company, Indonesia. *Review of International Geographical Education Online*, 11(1), 573–582. <https://doi.org/10.33403/rigeo.800593>
- pdfcoffee.com_prinsip-prinsip-pemasaran-philip-kotler-amp-gary-armstrong-jilid-1-edisi-12-1pdf-2-pdf-free.pdf*. (n.d.).
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A. ., & Tamengkal, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Jurnal Productivity*, Vol. 1(5), 446–452.
- Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis , Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 445–458.
- Rahmadani, A., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador pada Pengambilan Keputusan Konsumen. *Telaah Bisnis*, 22(1), 59. <https://doi.org/10.35917/tb.v22i1.225>
- Rani, E. M. (n.d.). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR , BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP SHOPEE Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya PENDAHULUAN Bertambah luasnya suatu pengetahuan digitalisasi secara menyeluruh yang m.*
- Resti Prastiwi, F. T., Ratnaningsih, C. S., Windhyastiti, I., & Khourouh, U. (2020). Analisis Pengaruh Tren Budaya, Brand Ambassador dan Harga terhadap Purchase Intention. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 55–60. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.4222>
- Rozalia, Rinuastuti, H., & Hs, R. (2020). Ambassador Dan Citra Merek Pada Keputusan. *Jurnal Distribusi*, 8(2), 149–162.
- Rossanty, Y., Dharma, M. T. P. N., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018a). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan*

- Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera.* <https://doi.org/10.31843/JMBI.V5I2.168>
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018b). 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. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Sahara. (2021). *JURNAL VALUE : Jurnal Manajemen dan Akuntansi Pengaruh Disiplin Kerja dan Job Insecurity Terhadap Kinerja Karyawan*. 16(2), 109–116.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriaraning, S. (2016). Effects of the Use of Dewi Sandra As Wardah Brand Ambassador on the Decision To Purchase Wardah Cosmetics in Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 234–240.
- Schiffman, L., & Kanuk, Lazar, L. (2007). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Jurnal Agora*, 5 No.(December).
- Silmi, Z., Rachman, N., & Hufron, M. (2020). Menguji Brand Image Sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Riset Manajemen*, 121–135.
- Siswandi, R. A. (n.d.). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER , KOREAN WAVE , BRAND IMAGE , WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Soltani, M., Esfidani, M. R., Jandagahi, G., & Soltaninejad, N. (2016). The Effect of Service Quality on Private Brand Image and Purchase Intention in The Chain Stores of ETKA. *World Scientific News*, 47(2), 202–216. <http://psjd.icm.edu.pl/psjd/element/bwmeta1.element.psjd-32bc3aac-65a5-49b6-9b9c-b297229f189f>
- Srihartati, E., & Abdillah, Y. (2018). Pengaruh Korean Wave Dan Country of Origin Terhadap Brand Awareness Dan Brand Image Kosmetik Korea. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1), 36–45.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugiyono. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *Alfabeta*, 1(1), 1–99.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2012). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(2). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.2.124-134>
- Sumiati, S. (2020). Dampak Etnosentime dan Budaya Populer Terhadap Sikap Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(2), 27. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i2.7517>
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Tampi, J. R. E., & Punuindoong, A. Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado*. 2(1).
- Tjoe, F. Z., & Kim, K. T. (2016). The effect of Korean Wave on consumer's purchase intention of Korean cosmetic products in Indonesia. *Journal of Distribution Science*, 14(9), 65–72. <https://doi.org/10.15722/jds.14.9.2016.09.65>
- Truong, N. X. (2018). The impact of Hallyu 4.0 and social media on Korean products purchase decision of generation C in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 5(3), 81–93. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2018.vol5.no3.81>
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision : A Case Of Tous Les Jours In The Influence Of

Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision: local or international brands in the market market in Indon. *International Conference Od Entrepreneurship, March*, 292–306.

- Wardani, E. S., & Santosa, A. (2020). PENGARUH HALLYU, AMBASSADOR MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ATAS PRODUK REPUBLIK NATUR DI YOGYAKARTA. *Journal of Agricultural Education*, 8, 203–211. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.289>
- Wibowo, S. F., Sari, E. P., & Saidani, B. (2017). the Effect of Trust and Brand Image on Purchase Decision (Toyota Car Survey in Jakarta Region). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(2), 318–338. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.008.2.08>
- Yolanda, R., & Soesanto, H. (2017). Pengaruh Persepsi Produk, Daya Tarik Promosi, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi FEB Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 2337–3792. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Yunasetiani, Maskur, & Yulianti, F. (2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian PT. Wings Surya Banjarmasin (Survei Terhadap Pembeli Mie Sedaap Di Banjarmasin). *E-Prints Uniska*, 1.
- Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, 03(01), 58–62. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2015.31006>