

BIBLIOGRAPHY

Books

- Akdon, & Rudiwan. (2013). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistia*, Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arni, Muhammad (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cangara, H. H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Faisal, Sanapiah, 2001, *Penelitian Kualitatif, dasar-Dasar dan Aplikasi.*, Jakarta: YA3: Malang
- Firmansyah, M. A., & SE, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition. In Kotler Philip and Kevin Lane Keller, *Marketing Managemen*, 15th Edition (p. 582). Pearson Education, Inc.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip - prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communication*. USA: Wiley.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication – 11th Edition*. Publisher: Waveland Press, Inc.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nia Desriva, S. S. T. (2021). *MODEL–MODEL KOMUNIKASI*. *Komunikasi dan Konseling dalam Praktik Kebidanan*, 37.
- Pamungkas, I. N. A. (2016). *Brandology: Brand, Branding & Brand Activation*. Yogyakarta: Deepublish.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Rossiter, J., & Percy, L. (1997). *Advertising Communication & Promotion Management*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013) *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:*

- Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Silalahi, U. (2018). Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif. PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2012). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna & Utami, Lila Retnani. (2019). The Master Book of SPSS. Yogyakarta: Startup
- Umar, H. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Bisnis. PT Rajagrafindo Persada.

Journals and Thesis

- Alhaddar, S. Zaki, & Pamungkas, I. N. A. (2017) Analisis Tiga Dimensi Brand Image Pada Media Sosial Twitter @im3ooredoo. Telkom University. Bandung.
- Aurelia, P. N., Firdiansjah, A., & Respati, H. (2019). The Application of Service Quality and Brand Image to Maintain Customer Loyalty by Utilizing Satisfaction Strategy in Insurance Companies. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 5(4), 223-229.
- Gita, Devi., & Setyorini, Retno. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Perusahaan Zalora.co.id*. Vol. 3, No.: 1-7.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). The Influence Of Brand Awareness And Brand Image On Purchase Decision (Study On AQUA Consumers in Administrative Science Faculty Brawijaya University Class Of 2013). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Hartanto, Eko. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan modifikasi Skala Likert empat skala.
https://www.academia.edu/34548201/PERBEDAAN_SKALA_LIKERT_LI

[MA SKALA DENGAN MODIFIKASI SKALA LIKERT EMPAT SKALA](#)

- Irbah, H., Putri, Y. R., & Ali, D. S. F. (2015). Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Band Indie Mustache And Beard. *Eproceedings Of Management*, 2(3).
- Justica, A., & Lestari, M. Tri (2021). Pengaruh Brand Ambassador Nct 127 Terhadap Brand Image Produk Nu Green Tea. Telkom University. Bandung.
- Lestari, H., Sunarti, S., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 67-78.
- Prawira, R. Yogie, Mulyana, S., & Wirakusumah, T. K. (2012) Hubungan Karakteristik Brand Ambassador Honda Spacy Helm-In Dengan Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen. *eJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran Vol. 1 ., No. 1* (2012)
- Putri, A. V., & Ali, D. S. F. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Coffee Shop Kopi Tuli. *Commiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 95-108.
- Putri, L. Anggraini (2020). Dampak Korean Wave terhadap Prilaku Remaja di Era Globalisasi. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*. Vol. 3, No.1, 2020, pp. 42-48. DOI:[10.24014/0.8710187](https://doi.org/10.24014/0.8710187).
- Ruhina, A., & Dianita, I. A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Daniel Wenas Terhadap Brand Image Di Kalangan Followers Hoops Indonesia. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Sagala, M. H., & Mulyaningsih, H. (2017). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Oppo Smartphone di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 4(1), 702-709.
- Salsabila, T., & Ali, D. S. F. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil MPV Xpander Mitsubishi. *e-Proceeding of Management*, 7(2), 4587-4592.
- Situmeang, I. V. Oisina (2015). Pemanfaatan Media Massa terhadap Hallyu sebagai Budaya Populer dan Gaya Hidup Mahasiswa (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta). *Jurnal Komunikologi*, Vol. 12, No. 1, Maret 2015.

- Suliyanto (2011). Perbedaan Pandangan Skala Likert sebagai Skala Ordinal atau Skala Interval. <http://eprints.undip.ac.id/33805/1/makalah5.pdf>
- Susilawati, W., & Wufron, W. (2017). Pengaruh Brand Image terhadap Brand Trust serta Implikasinya terhadap Brand Loyalty (Produk Dodol PT. Herlinah Cipta Pratama). *Jurnal Wacana Ekonomi*, Vol. 17; No. 01; 2017, P. 024-034.
- Utaminingsih, S. L., & Sudrajat, R. H. (2021). Pengaruh Stray Kids Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Loyalty Shopee. *eProceedings of Management*, 8(4).

Internet

- Antaraneews (2020). Kemenperin: Industri kosmetik tumbuh signifikan pada 2020. Accessed on August 14, 2021. <https://www.antaraneews.com/berita/2003853/kemenperin-industri-kosmetik-tumbuh-signifikan-pada-2020>
- Bandwagon Asia (2022) K-pop Twitter achieves record-breaking 7.8 Billion global tweets in 2021, Accessed on February 28th 11.27pm <https://www.bandwagon.asia/articles/k-pop-twitter-achieves-record-breaking-7-8-billion-global-tweets-bts-enhyphen-nct-blackpink-aespa-2021>
- CNBC (2018) Mau Dihambat, Ini Nilai Impor Kosmetika di RI. Accessed on August 6th 2021. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20180830161818-17-31039/mau-dihambat-ini-nilai-impor-kosmetika-di-ri>
- Kumparan (2020) NCT 127 Didapuk Jadi Brand Ambassador Terbaru Nature Republic, Accessed on July 17th 2021 <https://kumparan.com/kumparank-pop/nct-127-didapuk-jadi-brand-ambassador-terbaru-nature-republic-1tDJFRb9ugp>
- Kapanlagi (2021) Bikin Haru, Inilah Cerita Perjalanan Karir NCT 2020 yang membanggakan, Accessed on March 3rd 2022 8.20pm. <https://m.kapanlagi.com/korea/perjalanan-karir-grup-k-pop-nct-2020-yang-membang-gakan-bikin-haru-1a76e9.html>
- Kbizoom (2022) Let's look back at NCT 127's career from Best Rookie Award to first Daesang at the 31st Seoul Music Awards, Accessed on February 28th 12.45am

<https://kbizoom.com/lets-look-back-at-nct-127s-career-from-best-rookie-award-to-first-daesang-at-the-31st-seoul-music-awards/>

Nature Republic (2021). Website Nature Republic Accessed on 7 July 2021.

<https://naturerepublic.id>