

DAFTAR PUSTAKA

- Bella, A. 2018. Dibalik kesuksesan merek cantik korea. <http://marketeers.com/dibalik-kesuksesan-merek-kecantikan-korea/>. Diakses 03-04-2019.
- Damayanti, R. 2018. Pengaruh sikap terhadap proses keputusan konsumen dalam menggunakan kosmetik korea. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. Jakarta.
- Ghozali, I. 2017. *Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Cetakan Ketiga. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Cetakan 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Habir, H., Z. Zahara, dan Farid. 2018. Pengaruh Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. Vol. 4 (3) :211-218.
- Keegan, W. J. 1999. *Global Marketing Management Sixth Edition*. Edisi 6 jilid 1. PT. Prenhallindo. Jakarta. Alexander Sindoro, Tanty Syahlina. 2003.
- Khaitan, R. 2017. How critical is the 'k-wave' to south korea and can it grow beyond china and asean?. <https://frontera.net/news/asia/how-critical-is-the-kwave-to-south-korea-and-can-it-grow-beyond-china-and-asean/attachment/cosmetic-exports-by-country/>. Diakses 03-04-2019.
- Kim, H. 2016. Surfing the Korean Wave: How K-pop is taking over the world. <https://www.mcgilltribune.com/a-e/surfing-the-korean-wave-how-k-pop-is-taking-over-the-world-012858/>. Diakses 03-04-19.
- Kotler, P. dan L. K. Keller. 2008. *Principle Of Marketing Twelve Edition*. Edisi 12 jilid 1. PT. Index. Jakarta. Bob Sabran. 2007.
- _____, _____. 2008. *Principle Of Marketing Twelve Edition*. Edisi 12 jilid 2. PT. Index. Jakarta. Bob Sabran. 2007.
- _____.dan G. Amstrong. 1996. *Principle Of Marketing Seventh Edition*. Edisi 7. PT. Dian Rakyat. Jakarta. Drs. Alexander Sindoro. 1997.
- K-Holic. 2017. EXO akan jadi grup k-pop pertama yang punya medali khusus buatan KOMSCO. <https://www.kholic.id/post/2018/03/2592/exo-akan-jadi-grup-k-pop-pertama-yang-punya-medali-khusus-buatan-komsco/>. Diakses 03-04-2019.
- _____. 2018. EXO Resmi Diangkat Sebagai Duta Pariwisata Korea Tahun Ini. <https://www.kholic.id/post/2018/06/9976/exo-resmi-diangkat-sebagai-duta-pariwisata-korea-tahun-ini/>. Diakses 03-04-2019.
- Lee, W. J. 2015. The Effects of the Korean Wave (Hallyu) Star and Receiver Characteristics on T.V Drama Satisfaction and Intention to Revisit.

International Journal of u- and e- Service, Science and Technology. Vol.8 (11) :1347-356.

Lestari, H., Sunarti, dan A.S. Bafadhal. 2019. Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan Cina) . *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB). Vol. 66 (1) :67-78.

Majeed, S. dan S. Razzak. 2011. The Impact of Television Advertisement Repetition, Celebrity Endorsement and Perceived Quality on Consumer Purchase Decision. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. Vol.5 (12): 3044-3051.

Megawati, P. 2018. Pengaruh Celebrity Endorser, Word Of Mouth, dan Tagline terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Awarnes (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Sanata Dharma pengguna ponsel OPPO). *Skripsi*. Program Studi Manajemen jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

Parengkuan, V., A. Tumbel, dan R. Wenas. 2016. Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders. *Jurnal EMBA*. Vol.2 (3) :1792-1802.

Produk Korea yang Paling Digemari Wanita : Drama Seri dan Kosmetik . <https://www.femina.co.id/trending-topic/produk-korea-yang-paling-digemari-wanita-drama-seri-dan-kosmetik>. diakses 02-07-2019 .

Putri, R. 2017. Indonesia target pasar seksi l-beauty di asia. <https://tirto.id/indonesia-target-pasar-seksi-k-beauty-di-asia-cyRj>. Diakses 3 april 2019.

Roll, M. 2018. Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea’s Cultural Economy & Pop Culture. <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>.Diakses 03-04-19

Sagia, A., dan S. H. Situmorang. 2018. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*. Vol. 5 (2) :286-298.

Sagolta, P. 2019. Pengaruh Pengetahuan Produk, Daya Tarik Iklan, Kredibilitas endorser, Dan Hedonic Shopping Behavior Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Shooting And Moisture 92% Aloe Vera Shooting Gel Dari Nature Republic Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang. Padang.

Sari, F. P. 2016. Pengaruh Harga, Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5 (6): 1-15.

- Sari, D. O., Widiartanto, dan Sari. L. Pengaruh Atribut Produk, Celebrity Endorser, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Ke-23. ALFABETA, CV. Bandung.
- Shimp, T. A. *Advertising Promotion and Supplemental Aspect Of Integrated Marketing Communication 5th Edition*. Edisi 6 jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Revyani Sahrial, Dyah Antikasari. 2003.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT Remaja Rosda Karya.
- Tariq, N., A. Imtiaz, dan Q. E. Abbas. 2018. Impact of Celebrity Endorsement on Brand Image and Customers' Purchase Intention A Case of Pakistani Customers. *International Journal Of Economics Management Studies (SSRG-IJEMS)*. Vol.5 (10) :25-29 .
- Tjiptono, F. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Tjoe, F. Z. dan K. T. Kim. 2016. The Effect of Korean Wave on Consumer's Purchase Intention of Korean Cosmetic Products in Indonesia. *Journal of Distribution Science*. Vol.14 (9) :65-72.
- Wulandari, D. 2016. Ramai brand korea bertarung di pasar kosmetik, siapa menang. <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/ramai-brand-koreabertarung-di-pasar-kosmetik-siapa-menang/>. Diakses 3 april 2019.
- Wulandari, I. 2014. Korean Wave Patut Ditiru Indonesia. <https://republica.co.id/berita/ekonomi/bisnis/12/12/14/mf0scy-korean-wave-patut-ditiru-indonesia>. Diakses 03-04-19
- Yuliawati, L. 2009. *Panduan bijak mengenal budaya populer korea "KOREAN WAVE"*. Surabaya. Pena Nusantara.