

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. 1997. Dimensions Of Brand Personality Journal Of Marketing Research, 347 – 356.
- \_\_\_\_\_. 1995. *Building Strong Brands*. New York.
- Abdullah, M. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta
- Alma, B. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi Cetakan Ketujuh*. Bandung.
- Annur, M.C. 2022. Pendapatan Penjualan Sejumlah Merek Mi Instan di E-Commerce Indonesia (Januari-Agustus 2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/12/gaet-nct-compas-dashboard-temukan-penjualan-mi-instan-lemonilo-melonjak-154>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2022.
- Annisa, P. M. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Kosmetik Nacific*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Amalia, P. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic*. Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Purwokerto.
- Ayu, S. 2018. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality, dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera*. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, 5(2). Sumatra Utara.
- Armstrong, G., & Kotler, P. 2006. *Principles of Marketing* Pearson Prentice Hall.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta
- A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran.Terpada, Jilid I ( edisi 5)*. Jakarta.
- Belch, G. E dan M. A. Belch. 2004. “*Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, Sixth Edition*”. New York.
- Doucett, Elisabeth. 2008. *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago : American Library Association (E-books).
- Fitri, R. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador, Korean Wave dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's*. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Fauziah, D.M. 2018. *Pengaruh Brand Personality dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Butik Meccanism)*. Jurnal Ekonomi Islam, 9(2).
- Ghozali, I. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBMSPSS 21*. Edisi kedelapan. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Goodlife. 2020. *Hobi Makan Mi Instan? Ini 5 Rekomendasi Mi Instan Sehat*. <https://goodlife.id/hobi-makan-mi-instan-ini-5-rekomendasi-mi-instan-sehat/>. 17 Oktober 2022.

- Hyejung, Ju. 2010. *Glocalization Of The Korean Popular in East Asia: Theorizing Of The Korean Wave*. Dissertation Publishing (UMI).
- Hanaki, K. (Ed.). 2008. *“Global Climate Change and Cities. Urban Environmental Management and Technology”*. London.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2012. *Principles Of Marketing. New Jersey: Pearson Educational Internation*. Jakarta.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13*. Jakarta. \_\_\_\_\_•dan Kevin Lane Keller. 2016. *“Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 13”*. Jakarta.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ. USA.
- Lita, R. and Cho, Y.C. 2012. The Influence Of Media On Attitudinal And Behavioral Changes: Acceptance Of Culture And Products. *International Business & Economics Research Journal*. Vol. 11, No.12. December 2012.
- Linda, A. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic*. Universitas Islam Lamongan. Lamongan.
- Mega, A. A. 2022. *Pengaruh Korean Ambassador dan Brand Personality Tokopedia Terhadap Keputusan Pembelian Young Customer Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. UIN Raden Intan Lampung. Lampung.
- Pahlevi, R. 2022. Nilai Penjualan Mi Instan di Indonesia (2017-2021). Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/penjualan-mi-instan-terus-meningkat-dalam-5-tahun-terakhir>. 17 Oktober 2022.
- Permatasari, S., Widyaatuti, S., Suciwati. 2009. Pengaruh Rasio Tepung Talas dan Tepung Terigu Terhadap Sifat Kimia dan Organoleptik Mie Basah. *Prosiding Seminar Nasional FTP UNUD*. Denpasar.
- Pertiwi, Sella Ayu. (2013). Konformitas dan fanatisme pada remaja korean wave: Penelitian pada komunitas Super Junior fans club ELF di Samarinda. *Ejournal Psikologi*, 1 (2), 157-166.
- Rizaty, A.M. 2022. Konsumsi Mi Instan Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada 2021. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/konsumsi-mi-instan-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-2021>. 17 Oktober 2022.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta.
- Roy, S.K., A. Eshghi., & A. Sarkar. 2013. Antecedents and Consequences of Brand Love. *Journal of Brand Management*, 20(4), 325-332.
- Safirotul, M. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality, dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera*. Universitas Islam Malang. Malang.

- Schiffman, L. dan Kanuk, L. L. 2004. “*Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*”. Jakarta.
- Setyani dan Azhari. *Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan*. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, 4(1). Jakarta.
- Sikander, M., Malik, A., Khan, M.S.G., Qurratul-ain., dan Khan, R.G., 2017. Instant Noodle: are They Really Good for Health? A Review. *Electronic Journal of Biology*. 13(3): 222-227.
- Smilansky, Shaz. 2009. *Experimental Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. Universitas Indiana: Kogan Page.
- S. Margono dalam Samsu .2017. *METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. (Rusmini, Penyunt.) Jambi.
- Sorayaei, Ali, dkk. 2013. Selecting an Appropriate Marketing Mix using Fuzzy AHP Technique with an Approach on Marketing Strategies in Nikta Company. Report and Opinion 5. Islamic Azad University, Babol, Iran
- Sutisna. 2003. “*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*”. Bandung.
- Syahrum dan Salim. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Citapustaka Media.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (MixedMethods)*. Cetakan kedelapan. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Sudana, I. M., & Setianto, R. 2018. *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Datadengan SPSS (Tim Perti I, Ed.)*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Won, So. 2020. Distribution of K-pop views on YouTube Worldwide as of June 2019, by country. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-bycountry>. 17 Oktober 2022.