

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aaker, D. A., & Myers, J. G. 2008. *Advertising Management*.
- Arikunto, S. 2019. Prosedur penelitian. Pustaka Poltekkes Padang.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. 2014. *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Belch, M. A., & Belch, G. E. 2007. *Introduction to Advertising and Promotion*. McGraw-Hill.
- Bungin, B. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif edisi kedua. Kencana.
- Gabriel, Y., & Lang, T. 2015. *The unmanageable consumer*. Sage.
- Kasali, R. 2014. Manajemen Periklanan. PT. Pustaka Utama Grafika.
- Kotler, P., Wong, V., Armstrong, G., & Saunders, J. A. 2008. *Principles of marketing. England: Pearson Education Limited*.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. 2012. Marketing Management, 14th. In *Person Education*.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. 2011. *Advertising Psychology And Research*. Literary Licensing, LLC.
- Moriarty, S. 2011. *Advertising*. Prenada Media Group.
- Morissan. 2015. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Kencana Prenadamedia Group.
- Nitisemito, A. S. 2014. Manajemen Personalia. Ghalia Indonesia.
- Royan. 2013. Etika Dalam Berbisnis (5th ed.). CV. Andi.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. 2017. *Integrated Marketing Communications*. Cengage AU.
- Siagian, M. 2011. Metode Penelitian Sosial. Grasindo Monoratama Silalahi.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT Alfabet.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta, cv.
- Sujianto, A. E. 2009. Aplikasi statistik dengan SPSS 16.0. Prestasi Pustaka.
- Sumarwan, U. 2014. Model Keputusan Konsumen. In *Perilaku Konsumen* (pp. 1–41).
- Tjiptono, F. 2012. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Jurnal:

- Bhakat, R. S., & Muruganantham, G. 2013. *A Review of Impulse Buying Behavior. International Journal of Marketing Studies*, 5(3). <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n3p149>
- Faulina, M. 2019. Pengaruh Terpaan Tayangan Tutorial *Review Make Up* Di Youtube Terhadap Minat Beli Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Riau. *Jom FISIP*, 6(1), 1–15. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/23247>
- Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. 2020. *Impulse buying: a meta-analytic review. Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 384–404. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00670-w>
- Magdalena, P. A. 2015. Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap *International*

Adinda Zahwa Mayussa, 2022

PENGARUH CELEBRITY ENDORSER NCT 127 DALAM IKLAN NATURE REPUBLIC INDONESIA TERHADAP MINAT BELI MELALUI OFFICIAL STORE (Survei Terhadap Followers Instagram @naturepublic.id)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung). Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya, 23(1). <https://www.neliti.com/publications/85988/pengaruh-brand-ambassador-terhadap-international-brand-image-serta-dampaknya-ter#cite>
- Malik, H. M., & Qureshi, M. M. 2016. *The Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Buying Behavior. Journal of Marketing and Consumer Research*, 26(ISSN 2422-8451 An International Peer-reviewed Journal), 112–127. <https://core.ac.uk/download/pdf/234694183.pdf>
- Nala Sani, F., & Widowati Herieningsih, S. 2021. Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Daya Tarik Celebrity Endorser dalam Kampanye #RambutAkuKataAku terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove. *Interaksi Online*, 9(2), 186–199. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/30592>
- Son, S., & Kijboonchoo, T. 2016. *The Impact of Korean Wave on the Purchase Intention of Korean Cosmetics of Thai People in Bangkok and Chonburi, Thailand. PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 5(2), 76–83. <https://doi.org/10.12778/235108618x15452373185705>
- Sani, F. N., & Herieningsih, S. W. 2021. Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Daya Tarik Celebrity Endorser dalam Kampanye #RambutAkuKataAku terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove. *Interaksi Online*, 9(2), 186–199. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/30592>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-103>
- Yang, D.-J., Huang, K. C., & Feng, X. 2011. *A Study of the Factors that Affect the Impulsive Cosmetics Buying of Female Consumers in Kaohsiung. International Journal of Business and Social Science*, 2(24), 275–282. http://ijbssnet.com/journals/Vol_2_No_24_Special_Issue_December_2011/30.pdf
- Zahira, N. 2021. Kepentingan Indonesia Menaikkan Tarif Impor Produk Kosmetik (Studi Kasus: Kosmetik Asal Korea Selatan). *JOM FISIP Ed. II*, 8(II). <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/viewFile/30955/29818>

Tesis:

- Nurhayati, I. 2021. Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser BTS Dalam Iklan Tokopedia Terhadap Loyalitas Pelanggan: Survei Pada Followers Akun Instagram Tokopedia [Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta]. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/10038>
- Putri Thresya June. 2021. Pengaruh BTS Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Teatree Care Solution Essential Mask Mediheal (Survei Pada Penggemar BTS Followers Aktif Akun Twitter @KantinBighit) [Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta]. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/13694>
- Sagia, A. 2018. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Skincare

- Nature Republic Aloe Vera di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara) [Universitas Sumatera Utara].
<http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/12604>
- Surbakti, E. S. B. 2020. Pengaruh Penggunaan EXO Sebagai *Brand Ambassador* Oleh Nature Republic Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Medan [Universitas Sumatera UTARA].
<https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/29675/160907066.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Website:

- Cha, E. 2021. *November Boy Group Brand Reputation Rankings Announced*. Soompi. <https://www.soompi.com/article/1498322wpp/november-boy-group-brand-reputation-rankings-announced-4>
- Inquirer.net. 2021. *South Korean beauty stores 'battered' by coronavirus pandemic*. *The Korea Herald/Asia News Network*.
<https://business.inquirer.net/316352/south-korean-beauty-stores-battered-by-coronavirus-pandemic>
- KemenKopUKM. 2021. Pemerintah Lindungi KUMKM Dari Praktik *Cross-Border Illegal Di Platform E-Commerce*.
<https://kemenkopukm.go.id/read/pemerintah-lindungi-kumkm-dari-praktik-cross-border-ilegal-di-platform-e-commerce>
- Lina. 2020. Kosmetik Impor Menggerogoti Pasar dalam Negeri. PelakuBisnis.Com.
<https://pelakubisnis.com/2020/02/kosmetik-impor-menggerogoti-pasar-dalam-negeri/>
- Nusaresearch. 2020. Laporan Tentang Makeup Routine.
https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nsr
- Walfajri, M. 2017. Demi K-pop lovers, YG investasi di Gushcloud. Kontan.Co.Id.
<https://industri.kontan.co.id/news/demi-k-pop-lovers-yg-investasi-di-gushcloud>
- Yann. 2020. *NCT 127 Chosen As New Global Models For Cosmetics Brand Nature Republic*. HELLOKPOP. <https://www.hellokpop.com/lifestyle/nct-127-new-models-nature-republic/>