

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Creswell, J. W. (2017). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Belajar.
- Dainton, M., & Zelle, E. D. (2017). *Applying Communication Theory for Professional* (4th ed.). SAGE Publications.
- Devito, J. A. (2017). *Komunikasi Antarmanusia* (5th ed.). Karisma Publishing Group.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing* (1st ed.). Wiley.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Pranadamedia Group.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi* (Revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Riduwan, R. (2014). *Pengantar Statistika Sosial*. Alfabeta.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (5th ed.). Erlangga.
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Sudaryono, S. (2014). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono, S. (2015). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutisna, S. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (2nd ed.). Remaja Rosdakarya.
- Trzcńska, J. (2018). *Polish K-pop Fandom: Phenomenon, Structure & Communication*.  
[https://books.google.co.id/books/about/Polish\\_K\\_Pop\\_Fandom.html?id=QRcfEAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Polish_K_Pop_Fandom.html?id=QRcfEAAAQBAJ&redir_esc=y)

### Jurnal:

Erni Meilina, 2022  
**HUBUNGAN KREDIBILITAS ARTIS K-POP SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN PENGGEMAR**  
(Studi Korelasional Kredibilitas Artis K-pop BTS sebagai Brand Ambassador Samsung pada Keputusan Pembelian di Kalangan ARMY Indonesia)  
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi,  
[www.upnvj.ac.id – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Agitashera, D., Farida, N., & Wulandari, R. (2020). The Effect of Endorsers' Source Credibility on Emotion Towards Youtube's Advertisement' Source Credibility on Emotion. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 226–239. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1459>
- Bansal, A., & Goyal, A. (2019). THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENTS ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS: A STUDY OF KURUKSHETRA DISTRICT OF HARYANA STATE. *Journal of Management Research and Analysis*, 06(1), 276–290.
- Fariha, A. F. (2019). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP REPURCHASE INTENTION YANG DIMEDIASI OLEH BRAND AWARENESS SHOPEE INDONESIA (Studi Pada Pengguna Shopee di Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2), 18–35.
- Fathiyah, R. N., & Rina, N. (2019). PENGARUH KREDIBILITAS YOUTUBER TERHADAP SIKAP PENONTON PADA CHANNEL YOUTUBE ATTA HALILINTAR (Studi Kuantitatif pada Penonton Youtube Atta Halilinar di Instagram @\_ateam.ofc). *Journal Acta Diurna*, 15(2), 98–118. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.2.2135>
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE (CITRA MEREK) DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE KOREAN SPICY CHICKEN. *Edunomika*, 4(1), 103–113.
- Iswanto, A. F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ruangguru. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 380–391. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p380-391>
- Johar, D. S., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). PENGARUH AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) TERHADAP EFEKTIFITAS IKLAN ONLINE (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1), 1–10.

Erni Meilina, 2022

**HUBUNGAN KREDIBILITAS ARTIS K-POP SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN PENGGEMAR**  
(Studi Korelasional Kredibilitas Artis K-pop BTS sebagai Brand Ambassador Samsung pada Keputusan Pembelian di Kalangan ARMY Indonesia)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi,  
[www.upnvj.ac.id – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Kaparang, O. M. (2013). ANALISA GAYA HIDUP REMAJA DALAM MENGIMITASI BUDAYA POP KOREA MELALUI TELEVISI. *Journal 'Acta Diurna'*, 2(2).
- McLaren, C., & Jin, D. Y. (2020). “You Can’t Help But Love Them”: BTS, Transcultural Fandom, and Affective Identities. *Korea Journal*, 60(1), 100–127. <https://doi.org/10.25024/KJ.2020.60.1.100>
- Parc, J., & Kim, Y. Y. (2020). Analyzing the Reasons for the Global Popularity of BTS: A New Approach from a Business Perspective. *Journal of International Business and Economy*, 21(1), 15–36. <https://doi.org/10.51240/jibe.2020.1.2>
- Prayoga, I. C., & Artanti, Y. (2021). PERAN KREDIBILITAS INFLUENCER, PENGETAHUAN PRODUK, DAN NEGARA ASAL PADA NIAT BELI SMARTPHONE OPPO A9 2020. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 111–123. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.10101>
- Rahmadani, A., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh *Korean Wave* dan *Brand Ambassador* pada Pengambilan Keputusan Konsumen. 22(1), 59–72.
- Ramadhanti, Shafira, & Usman, O. (2021). Influence of Brand Ambassador BTS, Brand Image, and Product Quality on Tokopedia E-Commerce Purchase Decision. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3768614>
- Raswen, R. N. (2019). PENGARUH BRAND AMBASSADOR BLACKPINK TERHADAP CITRA PERUSAHAAN SHOPEE PADA MAHASISWI DI UIN SUSKA RIAU. *JOM FISIP*, 6, 1–13.
- Sabrina, N., Azwar, A., & Sofa, N. (2018). PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR SELEBRITI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA IKLAN WARDAH VERSI DEWI SANDRA (STUDI KASUS MAHASISWI UIN JAKARTA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS). *Epigram*, 14(2), 143–152. <https://doi.org/10.32722/epi.v14i2.1092>
- Savitri, S. A., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra, Kredibilitas dan Kemampuan Komunikasi Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Make-Up Maybelline (Studi Kasus Tasya Farasya). *Prologia*, 3(1), 267–273. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6250>
- Setiawan, R., & Candraningrum, D. A. (2021). Pengaruh Kredibilitas Public Figure terhadap Keputusan Pembelian (Survei Penggunaan Brand Ambassador Chelsea Islan dalam Kampanye Pink Voice Starbucks). *Prologia*, 5(1), 115–120. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8165>
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 67–74.
- Situmeang, I. V. O. (2015). PEMANFAATAN MEDIA MASSA TERHADAP HALLYU SEBAGAI BUDAYA POPULER DAN GAYA HIDUP MAHASISWA (MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS BUNDA MULIA, JAKARTA). *Jurnal Komunikologi*, 12(1), 1–10.
- Smith, B. G., Kendall, M. C., Knighton, D., & Wright, T. (2018). Rise of the Brand Ambassador: Social Stake, Corporate Social Responsibility and Influence among the Social Media Influencers. *Communication Management Review*, 3(1), 6–29. <https://doi.org/10.22522/cmr20180127>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari—April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Syamsurizal, S. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM AKTIVITAS PEMASARAN (Studi Deskriptif Komunikasi Persuasif Presenter (Staff Pemasaran) dalam Merekrut Calon Mahasiswa baru di Politeknik LP3I Jakarta). *JURNAL LENTERA BISNIS*, 5(2), 126–138. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v5i2.39>
- Triartanto, A. Y., Suryanto, A. D., & Mutiah, T. (2020). DISEMINASI BUDAYA POP TELEVISI DAN CELEBRITY BRANDING PADA IKLAN E-COMMERCE. *Global Komunika*, 1(2), 32–44.

Erni Meilina, 2022

**HUBUNGAN KREDIBILITAS ARTIS K-POP SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN PENGGEMAR**  
(Studi Korelasional Kredibilitas Artis K-pop BTS sebagai Brand Ambassador Samsung pada Keputusan Pembelian di Kalangan ARMY Indonesia)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi,  
[www.upnvj.ac.id – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Venus, A., & Helmi, L. (2017). Budaya Populer Jepang di Indonesia: Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung. *Jurnal ASPIKOM*, 1(1), 71–90. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i1.9>
- Vidyarani, T. N. (2009). BUDAYA POPULER DALAM KEMASAN PROGRAM TELEVISI. *Scriptura*, 2(1), 29–37. <https://doi.org/10.9744/scriptura.2.1.29-37>
- Winoto, Y. (2016). The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services. *EduLib*, 5(2), 1–14. <https://doi.org/10.17509/edulib.v5i2.4393>

#### Skripsi:

- Do, T. E. (2012). *EMERGENCE OF THE KOREAN POPULAR CULTURE IN THE WORLD*. Turku University.
- Saputri, E. (2018). *Pengaruh Iklan dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Oppo Center Jember*. Universitas Jember.

#### Web:

- 2020 Results—BTS ARMY CENSUS. (2021). <https://www.btsarmycensus.com/2020-results>
- Anggraeni, L. (2021, October 12). Samsung Coba Buktikan Ketangguhan Ponsel Lipat Karyanya. *Medcom*. <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/8Kyjy0XN-samsung-coba-buktikan-ketangguhan-ponsel-lipat-karyanya>
- Arbar, T. F. (2019, October 12). Menggunung, Ini Deretan Brand yang Jadikan BTS Ambassador! *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20191012111828-33-106461/menggunung-ini-deretan-brand-yang-jadikan-bts-ambassador>
- billboard charts. (2021, September 7). .@BTS\_twt's 'Butter' officially returns to No. 1 on this week's #Hot100 chart for a 10th week. It's the 40th single in

- history to spend 10+ weeks at No. 1 [Tweet]. @billboardcharts.  
<https://twitter.com/billboardcharts/status/1435235627876896774>
- BTS Jadi Brand Ambassador Tokopedia.* (2019, October 7). Tokopedia Blog.  
<https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-announces-bts-as-the-companys-brand-ambassador>
- BTS Samsung Phone 2021: Where to Buy Galaxy Z Flip3 Smartphone Online—Rolling Stone.* (2021). <https://www.rollingstone.com/product-recommendations/electronics/bts-samsung-phone-galaxy-z-flip-fold-3-1218006/>
- Chan, T. (2021, August 27). Power of BTS Compels You: These BTS-Backed Phones Broke Pre-Order Records for Samsung. *RollingStone*.  
<https://www.rollingstone.com/product-recommendations/electronics/bts-samsung-phone-galaxy-z-flip-fold-3-1218006/>
- Dewi, I. R. (2022, January 3). Penjualan Samsung Galaxy Z Meroket 4 Kali Lipat di 2021. *Sindo News*.  
<https://tekno.sindonews.com/read/646539/122/penjualan-samsung-galaxy-z-meroket-4-kali-lipat-di-2021-1641196873#:~:text=JAKARTA%20%2D%20Samsung%20mengumumkan%20bahwa%20penjualan,3%20menjadi%20penyumbang%20besar%20penjualan.>
- Dihni, V. A. (2021). *Twit Soal K-Pop Capai 7,5 Miliar dalam Setahun Terakhir / Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/21/twit-soal-k-pop-capai-75-miliar-dalam-setahun-terakhir>
- Dyahtasya, N. (2021, November 19). Ranking Reputasi Brand Boy Group KPop November 2021, BTS Tetap Eksis! *IDN Times*.  
<https://www.idntimes.com/korea/kpop/nabila-dyahtasya-1/reputasi-boyband-kpop-november2021/5>
- Idris, M. (2021, December 3). Daftar Lengkap Kenaikan UMP 2022 di 34 Provinsi. *Kompas*. <https://money.kompas.com/read/2021/12/03/144138226/daftar-lengkap-kenaikan-ump-2022-di-34-provinsi?page=all>

- Info Perusahaan / Tentang Kami / Samsung Indonesia.* (2021).  
<https://www.samsung.com/id/about-us/company-info/>
- KingChoice. (2021). *The 100 Most Handsome Men in the World 2021.*  
 Kingchoice.Me. <https://kingchoice.me/the-100-most-handsome-men-in-the-world-2021/>
- Korea Research Institutions – Korea-EU Research Centre.* (2021). <https://k-erc.eu/>,  
<https://k-erc.eu/for-european-researchers/korea-research/>
- Ludwianto, B. (2022). *Review Samsung Galaxy Z Flip3: Kelebihan dan Kekurangannya* / *kumparan.com.* Kumparan.  
<https://kumparan.com/kumparantech/review-samsung-galaxy-z-flip3-kelebihan-dan-kekurangannya-1wWLCLKqJVH/2>
- PROFILE / BTS / BIGHIT MUSIC.* (2021). <https://ibighit.com/bts/eng/profile/>
- Putsanra, D. V. (2021, September 21). BTS UNGA 2021: Isi Pidato BTS di PBB, Apa UNGA & Cara Nonton. *Tirto.* <https://tirto.id/bts-unga-2021-isi-pidato-bts-di-pbb-apa-itu-unga-cara-nonton-gjG5>
- Roy. (2021, November 19). Raja Handphone RI Berganti Lagi, Bukan Samsung, Vivo, Xiaomi. *CNBC Indonesia.*  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211119124018-37-292842/raja-handphone-ri-berganti-lagi-bukan-samsung-vivo-xiaomi>
- Samsung. (2021, August 11). *Galaxy x BTS: Unfold your Galaxy Z Flip3 / Samsung.* <https://www.youtube.com/watch?v=hsLP5SLsUY0>
- @samsungmobile.* (2021). <https://www.instagram.com/samsungmobile/>
- Tim Detik. (2020). *BTS Jadi Brand Ambassador Samsung, Tapi Tweetnya (Sempat) Pakai iPhone* [Detik.com]. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5052670/bts-jadi-brand-ambassador-samsung-tapi-tweetnya-semapat-pakai-iphone>
- Yonhap. (2020a, February 19). Samsung Signs Partnership with BTS to Boost Marketing. *Korea Held.*  
<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20200219000071#:~:text=Samsung%20Electronics%20Co.->

,signed%20a%20partnership%20with%20K%2Dpop%20super%20band%  
20BTS%20for,areas%2C%20according%20to%20the%20officials.

Yonhap. (2020b, August 9). Samsung Seeks More Marketing Collaborations with  
BTS, other 'Hallyu' Stars. *Korea Times*.  
[https://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2020/08/133\\_294090.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2020/08/133_294090.html)

Yordan, J. (2018). *Boyband Korea BTS Jadi Brand Ambassador Ponsel LG G7*.  
kumparan. [https://kumparan.com/kumparantech/boyband-korea-bts-jadi-  
brand-ambassador-ponsel-lg-g7](https://kumparan.com/kumparantech/boyband-korea-bts-jadi-brand-ambassador-ponsel-lg-g7)

Zakiah, N. (2021, March 9). 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia, Banyak yang  
Punya. *IDN Times*. [https://www.idntimes.com/tech/gadget/kena-zakiah-  
1/brand-smartphone-yang-menguasai-market-indonesia](https://www.idntimes.com/tech/gadget/kena-zakiah-1/brand-smartphone-yang-menguasai-market-indonesia)

*방탄소년단* on *Twitter*. (2022). *Twitter*.  
[https://twitter.com/BTS\\_twt/status/1468934463904432130](https://twitter.com/BTS_twt/status/1468934463904432130)