

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Al-Dmour, R., Hammdan, F., Al-Dmour, H., Alrowwad, A., & Khwaldeh, S. M. (2017). The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case. *Asian Social Science*, 13(11), 157. <https://doi.org/10.5539/ass.v13n11p157>
- Alfianika, N. (2018). *Buku Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Deepublish Publisher.
- Ali, D. S. F. (2017). *Marketing Public Relations-Diantara Penjualan dan Pencitraan*. CV. Budi Utama.
- Amorepacific. (2019). *Company Background*. <http://corp.amorepacific.com.hk/en/company-backgroun/>
- Andriana, L. I. (2011). *SeoulVivor*. Penerbit Haru.
- Asmilda, E. (2017). *Yoona SNSD Tampil Menggoda di Iklan Terbar „Innisfree.“* [https://www.kholic.id/article/2017/03/3586161\\_10478.html](https://www.kholic.id/article/2017/03/3586161_10478.html)
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Astiti, K. A. (2017). *Evaluasi Pembelajaran*. Andi.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Avrikan, N. K., & Ringle, C. M. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Recent Advances in Banking and Finance)*. Springer.
- Bela, & Fauzi. (2019). *Wisatawan Indonesia Ramai Ke Korea Selatan*. <https://www.indozone.id/travel/Z8sW0B/wisatawan-indonesia-ramai-ke-korea-selatan/read-all>
- BPOM. (2020). *Produk Yang Mendapat Persetujuan Izin Edar*. <https://cekbpom.pom.go.id/>
- Burgin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.

- Clinic, Z. B. (2018). *Beauty Index 2018*.
- Danico, M. Y. (2014). *Asian American Society: An Encyclopedia*. SAGE Publishing.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish.
- Ekarina. (2019). *Tren Perawatan Kecantikan Naik, Industri Kosmetik Dipatok Tumbuh 9%*. <https://katadata.co.id/berita/2019/04/10/tren-perawatan-kecantikan-naik-industri-kosmetik-dipatok-tumbuh-9>
- Endra, F. (2017). *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Zifatama Jawa.
- Fachruddin, A. (2016). *Manajemen Pertelvisian Modern*. ANDI.
- Fandy Tjiptono, P. ., & Diana, A. (2016). *Pemasaran (Esensi & Aplikasi)*. Andi.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Berserta Studi Kasus)*. UB Press.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019a). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV.Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019b). *Pemasaran Produk dan Merek*. CV.Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Dilengkapi Software Smartpls 3.0. Xlstat 2014 dan WarPLS 4.0*. Badan Penerbit – Undip.
- Grams, C. (2012). *The Ad-Free Brand : Secrets To Building Successful Brands In a Digital World*. QUE.
- Handayani, F. (2020). *Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Pembelian*.
- Hariandja, E. S., & Wang, F. (2016). The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Cosumner Purchasing Decision : A Case Of Tous Les Jours In Indonesia. *Conference: International Conference on Entrepreneurship (IConEnt), 1*(March).
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. PT Elex Media Komputindo.

- Hisyam, M., & Pamungkas, C. (2016). *Indonesia Globalisasi dan Global Village*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hoye, R., & M.Parent, M. (2016). *The Sage Handbook of Sport Management*. SAGE Publishing.
- Innisfree. (2016). *Stores*. Innisfree.  
<http://www.innisfree.com/id/en/store/storeList.do>
- Istijanto. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia : Cara Praktis Mengukur Stres, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja & Aspek - Aspek Kerja Karyawan Lainnya*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kemenperin.go.id. (2018a). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*.  
<https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>
- Kemenperin.go.id. (2018b). *Kian Kinclong Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20 Persen*. <https://kemenperin.go.id/artikel/18954/Kian-Kinclong,-Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20-Persen>
- Kim, Y. (2017). *The Routledge Handbook Of Korean Culture And Society*. Routledge.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lamalewa, F., Ririhena, S. W., & Putri, R. N. (2018). The Influence Of Lifestyle And Brand Images On Decisions On Samsung Brand Smartphone Purchasing In Students Of Economic And Business, Faculty Of Economics And Business At The University Of Musamus, Merauke. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(10), 304–309.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Wiley.
- Lestari, H., Sunarti, & Bafadhah, 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*.
- Lies,U., Khairul, R., & Rusmana, A. (2019). *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer*. Unpad Press.
- Lim, A. (2019). *Relentless Wave South Korea's Cosmetics Export Rocket*.  
<https://www.cosmeticsdesign-asia.com/Article/2019/06/25/Relentless-wave-South-Korea-s-cosmetics-exports-rocket-26.5-to-surpass-6bn>

**Affiah Dwi Yanthi, 2020**

**PERAN KOREAN WAVE, LIFESTYLE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK INNISFREE**

UPN Veteran Jakarta, Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://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)]

- Limakrisna, D. H. N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*. Mitra Wacana Media.
- Lita, R., & Cho, Y. C. (2012). The Influence Of Media On Attitudinal And Behavioral Changes: Acceptance Of Culture And Products. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 11(12), 1433. <https://doi.org/10.19030/iber.v11i12.7617>
- Lubis, A. T., Irawati, N., Karina, B., & Sembiring, F. (2020). *The Impact of Life Style and Social Media on Purchasing Decisions in B-One Cafe , Medan*. 7(February), 32–40.
- Mordorintelligence.com. (2019). *South Korea"s Cosmetics Export Rocket*. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/south-korea-cosmetics-products-market-industry>
- Morissan. (2010). *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Kencana.
- Muchson. (2017). *Statistik Deskriptif*. Spasi Media.
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Deepublish.
- Nielson.com. (2016). *Preferensi Merek Kosmetik Konsumen Indonesia*.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Penerbit PT Grasindo.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia (MSC).
- Nusyirwan, H. (2018). *Perkembangan Korean Wave Di Indonesia*. <https://kinibisa.com/news/read/perkembangan-korean-wave-di-indonesia>
- Oktavia, N. (2015). *Sistematika Penulisan Karya Ilmiah*. Deepublish.
- Perspectives, D. I. (2019). *Generasi Milenial dalam Bagi Sumber Daya Manusia Indonesia atau Ancaman ? September*.
- Pertiwi, N. L. M. (2017). *Jumlah Kunjungan Meningkat, Turis Indonesia Pilih Seoul dan Jeju Untuk Destinasi Wisata*. <https://travel.tribunnews.com/2017/04/25/jumlah-kunjungan-meningkat-turis-indonesia-pilih-seoul-dan-jeju-untuk-destinasi-wisata>.

- Pramesti, G. (2014). *Kupas Tuntas Data Penelitian Dengan SPSS 22*. PT Elex Media Komputindo.
- Rafikasari, D. (2020). *Ini Alasan Produk Kecantikan Korea Selatan Digemari Wanita*.  
<https://today.line.me/id/pc/article/Ini+Alasan+Produk+Kecantikan+Korea+Selatan+Digemari+Wanita-RMm3mm>
- Rahmawan, A. (2013). *Studentpreneur Guidebook*. Gagas Media.
- Rasputri, H., & Novianti, A. (2019). *Wisatawan Indonesia Jadi Turis Asing ke-17,25 Juta di Korea Selatan*.  
[https://kumparan.com/kumparantravel/wisatawan-indonesia-jadi-turis-asing-ke-17-25-juta-di-korea-selatan-1sWdOmTPssr?utm\\_source=LINE&utm\\_medium=Aggregator](https://kumparan.com/kumparantravel/wisatawan-indonesia-jadi-turis-asing-ke-17-25-juta-di-korea-selatan-1sWdOmTPssr?utm_source=LINE&utm_medium=Aggregator)
- Reuters.com. (2019). *About Amorepacific Corp*.  
<https://www.reuters.com/companies/090430.KS>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish Publisher.
- Rossanty, Y., Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution, & Arion, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Rudianto. (2017). *Restorasi Ekosistem Pesisir*. UB Press.
- Rumhayati, B. (2019). *Sedimen Perairan (Kajian Kimiawi, Analisis, dan Peran)*. UB Press.
- Rutha, L. P. E. P., Bakhtiar, T., & Kirbrandoko. (2019). The Brand Ambassador Effectiveness on Brand Image And Purchasing Decision For Oppo F Series Smartphone. *International Journal of Business and Management Invention*, 8(03), 44–50.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Sari, I. K., Dimara, G. Y., & Elia, S. (2018). *Kenalan Dengan AMOREPACIFIC, “Rumah” Brand Kecantikan Korea Selatan*.
- Sari, S. P. (2019). *Mengintip Tren Make-Up Korea di Indonesia*.  
<https://www.inews.id/lifestyle/health/mengintip-tren-make-up-korea-di-indonesia>

- Sarosa, A. P., & Widiyarti, Y. (2018). *Alasan Wanita Indonesia Lebih Suka Produk Kecantikan Asal Korea*. <https://cantik.tempo.co/read/1159359/alasan-wanita-indonesia-lebih-suka-produk-kecantikan-asal-korea/full&view=ok>
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen : Perpektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana.
- Sexton, D. (2010). *Marketing 101 (How to Use the Most Powerful Ideas in Marketing to Get More Customers and Keep Them)*. John Wiley & Sons, Inc.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. UB Press.
- Simanjuntak, J. (2018). *Ekonomi Makro*. CV. Batam Publisher.
- Situmorang, S. H. (2010). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. USU Press.
- Smilansky, S. (2009). *Experiential Marketing : A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. Replika Press Pvt Ltd.
- Soemanagara, D. F. (2019). *Peluang Bisnis Kosmetik Back To Nature*. <https://mnews.co.id/read/fokus/peluang-bisnis-kosmetik-back-to-nature>
- Soewito, Y. (2013). *Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*. 1(3), 218–229.
- Solimun, Armanu, & Fernandes, A. A. R. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*. UB Press.
- Soysal, Y. N. (2015). *Transnational Trajectories in East Asia (Nation, Citizenship and Region)*. Routledge.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi.
- Sufren, & Natanael, Y. (2013). *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. PT Elex Media Komputindo.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistik Inferensial*. ANDI.
- Syarifuddin, A. H., Handayani, T., & Pusporini. (2019). *Factors that Affect Purchase of The Smartphone*. 2(1), 86–95.
- Truong, N. X. (2018). The Impact Of Hallyu 4.0 And Social Media On Korean Products Purchase Decision Of Generation C In Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 5(3), 81–93. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2018.vol5.no3.81>

- US, A. (2020). *Green promise*.
- Wahjono, S. I., Marina, A., Maro'ah, S., & Widayat. (2018). *Pengantar Bisnis*. Prenadamedia Group.
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Widiyanto, M. A. (2013). *Statistika Terapan : Konsep & Aplikasi SPSS dalam Penelitian Pendidikan, Psikologi & Ilmu Sosial Lainnya*. PT Elex Media Komputindo.
- Yoon, K. K., & Williams, B. (2015). *Two Lenses On The Korean Ethos : Key Cultural Concept and Their Appearance in Cinema*. McFarland & Company Inc.
- Young, K. H. (2016). *Koreana 2016 Aunturnn (Indonesian)*. The Korea Foundation.
- Yulianda, S., & Handayani, T. (2015). The Effect of Two Aspects-Quality Products and Consumers Psychology - Toward the Purchase Decisions of Samsung Mobile Phone. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5), 203–208. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n5s5p203>
- Yuliani, I. (2019). *Pengaruh Belanja Dan Investasi Terhadap Kemandirian Dan Pertumbuhan Ekonomi Daerah*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Yulius, H. (2015). *I Heart Seoul*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond ' S Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3. *Universitas Telkom*, III(1), 311–316.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Kencana.