

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Adji, J., & Semuel, P. D. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2*, 1-10.
- Almanda, M. I. (2015). Pengaruh Brand Personality Sepatu Nike terhadap Minat Beli Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom). *e-Proceeding of Management Vol. 2*, 657-664.
- Aryani, L. S. (2018, September 5). *Mediheal Indonesia Launching Event, Mengajak Perempuan Indonesia untuk Merawat Kulit Wajah*. Retrieved from GADIS: <https://www.gadis.co.id/cantik/mediheal-indonesia-launching-event-mengajak-perempuan-indonesia-untuk-merawat-kulit-wajah>
- Aurelia, J. (2018, Maret 1). *Sheet Mask Selfie, Gaya Selfie Masa Kini*. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/sheet-mask-selfie-gaya-selfie-masa-kini-cFrt>
- Cekindo Group. (2018). *Registrasi Produk Kosmetik*. Retrieved from Cekindo: <https://www.cekindo.com/id/blog/registrasi-produk-kosmetik>
- Citra Cendekia Indonesia. (2016). *Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia 2010-2015*. Retrieved from Citra Cendekia Indonesia: <https://cci-indonesia.com/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesia-2010-2015/>
- Databoks.co.id. (2018, Juni 8). *Jumlah Penduduk Perempuan Indonesia pada 2018 Mencapai 131,9 Juta Jiwa*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/06/08/jumlah-penduduk-perempuan-indonesia-pada-2018-mencapai-1319-juta-jiwa>
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id. *e-Proceeding of Management*, 620-626.
- Jayani, D. H., & Widowati, H. (2019, April 29). *Jumlah Penduduk Indonesia 269 Juta Jiwa, Terbesar Keempat Di Dunia*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/29/jumlah-penduduk-indonesia-269-juta-jiwa-terbesar-keempat-dunia>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Kelley, C. (2017, November 3). *K-Pop Superstars BTS to Perform for First Time on an American Awards Show at 2017 AMAs*. Retrieved from Billboard: <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8023046/bts-american-music-awards-debut-2017>
- Kim, H. (2016, Februari 2). *Surfing The Korean Wave: How K-pop is Taking Over The World*. Retrieved from <http://www.mcgilltribune.com/a-e/surfing-the-korean-wave-how-k-pop-kpop-is-taking-over-the-world-012858/>

- Kinnear, T. C., & Taylor, J. R. (1996). *Marketing Research: An Applied Approach*. New York: Mc Graw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Krejcie, R., & Morgan, D. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 607-610.
- Kumalasari, P., & Sugiarto. (2013). *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Brand Equity dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Product Placement Mie Instan Indomie di Dalam Film 5 Cm*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Kusumawardhana, R. T. (2016). *Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Beli Konsumen Yamaha Vixion (Studi Kasus pada Mahasiswa Widyatama Bandung)*. Bandung: Widyatama Repository.
- Lauren, Y. R.-C. (2018). *The Commodification of English in K-Pop: Globalisation and Multiple Markets*. Singapore: National University of Singapore.
- Mediheal US. (2018). *About Us*. Retrieved from Mediheal US: <https://medihealus.com/pages/about-us>
- Mubarok, D. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun Vol. 15*, 61-76.
- Mulyadi, H., & Saktiawati, D. (2008). PENGARUH BRAND PERSONALITY TERHADAP Pengaruh Brand Personality Terhadap Loyalitas Pelanggan Sampo Sunsilk. *Jurnal Strategic* , 20-76.
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta. *Bisnis dan Iptek*, 141-152.
- Nugroho, S. A. (2014). Hallyu in Indonesia. In V. Marinescu, *The Global Impact of South Korean Popular Culture* (pp. 19-31). London: Lexington Books.
- Purnama, C. A. (2012). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Harga terhadap Minat Beli E-Tool Card Bank Mandiri (Studi Kasus pada Pengguna Jalan Tol di Kota Semarang)*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Puspowarsito, H. (2008). *Metode Penelitian Organisasi*. Bandung: HUMANIORA.
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1-10.
- Putri, R. D. (2017, Oktober 23). *Indonesia, Target Pasar Seksi K-Beauty di Asia*. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/indonesia-target-pasar-seksi-k-beauty-di-asia-cyRj>

- Raditya Hanung; CNBC Indonesia. (2018, Agustus 30). *Mau Dihambat, Ini Nilai Impor Kosmetika di RI*. Retrieved from CNBC Indonesia:
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20180830161818-17-31039/mau-dihambat-ini-nilai-impor-kosmetika-di-ri>
- Riyas, M., & Herath, H. (2016). Impact of Brand Personality Determinants towards Purchasing Intention: A Study on Branded Umbrella Products in Sri Lanka. *Kelaniya Journal of Management*, 47-57.
- Riyas, M., & Herath, H. (2016). Impact of Brand Personality Determinants towards Purchasing Intention: A Study on Branded Umbrella Products in Sri Lanka. *Kelaniya Journal of Management*, 47-57.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 286-298.
- Sari, D. R. (2018). *Pengaruh Budaya K-Wave (Korean Wave) terhadap Perubahan Perilaku Remaja Penyuka Budaya Korean di Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1997). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Stefani, S. (2013). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Celebrity Endorser, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Berlabel Halal "Wardah"*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sulistiyari, I. N. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Venkatasubramanian, L., & Kumar, G. (2015). A Study on Impact of Celebrity Endorser Towards the Buying Behaviour of Soft Drinks Among the Consumers: A Study with Special References to Chennai City. *SUMEDHA Journal of Management*, 105-114.