

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, G. K. (2019). Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-pop di Semarang. *Undergraduate Thesis*.
- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data Kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi*.
- Andina, A. N. (2019). Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-pop. *Syntax Idea*, 39-49.
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia. *e-Proceeding of Management*, 2074-2082.
- Anggito, A., & Setiawan J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak Publisher.
- Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). FANATISME DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA KOMUNITAS PENGGEMAR K-POP DI KARAWANG. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 75-84.
- Ardia, V. (2014). Drama Korea dan Budaya Populer. *Jurnal Komunikasi Vol.2 Nomor 3*, 12-18.
- Bakti, I. S., Nirzalin, & Alwi. (2019). Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK*, 146-165.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths & Structures*. London: Sage.
- Baudrillard, J. (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bhara, A. M., & Syahida, A. R. (2019). Pengaruh Iklan "Shopee Blackpink Sebagai "Brand Ambassador" Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 288-296.
- Budiarti, E. P. (2022). Analisis Perilaku Loyalitas dan Fanatisme Fans NCT. *Undergraduate Thesis*.
- Chandrika, Z. A., & Marwini, M. (2022). ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, COMPULSIVE BUYING BEHAVIOR, RELIGIUSITAS, FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR TERHADAP PERILAKU BERHUTANG PADA PEMBELIAN MERCHANDISE KOREAN POP (Studi Kasus Siswa Sekolah Menengah Atas Islam di Kota Semarang) . *Doctoral Dissertation*.

- Dwikurnaningsih, Y., Irawan, S., & Dewi, M. P. (2020). Pengaruh Online Shop Instagram terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan*, 119-126.
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador KPOP Stray Kids dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *e-Proceeding Of Management*, 865-873.
- Geraldine, G., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Non-Celebrity Analisa Widyaningrum terhadap Keputusan pembelian Hijabenska. *Prologia*, 25-33.
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 224-242.
- Hanjani, V. P. (2019). KOREAN POP SEBAGAI IDENTITAS SUBKULTUR iKONIC. *Undergraduate Thesis*.
- Hanjani, V. P., Amirudin, & Purnomo, M. H. (2019). Korean Pop sebagai identitas Subkultur iKONIC. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 72-84.
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 32-46.
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 32-46.
- Heryanto, A. (2012). *Budaya Populer Di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ibrahim, I. S. (2005). *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ismaniar. (2022). Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard: Perilaku Konsumsi Penggemar K-pop NCTZEN 112 Surabaya. *undergraduate Thesis*.
- Izzah, R. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser NCT 127 dan Citra Merek Produk Kecantikan Nature Republic Terhadap Minat Beli NCTzen (Studi Kasus Followers Akun Instagram @wowfaktaNCT_). *Undergraduate Thesis*.
- Jenkins, R. (2008). *Social Identity*. London: Routledge.
- Kartikasari, H., & Sudrajat, A. (2022). Makna Pembelian Album Fisik Bagi Penggemar Budaya Pop Korea. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 405-428.
- Malau, R. S. (2021). Perilaku Konsumtif Penggemar NCT. *Undergraduate Thesis*.

- Mardani, A. (2013). Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas: Perubahan Perilaku Konsumsi dan Kontestasi Tanda di Dunia Maya. *Jurnal Sosiologi*.
- Martono, N. (2014). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Martono, N. (2018). *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Misnawati, D. (t.thn.). Simbol dan Makna “Kuliner”(Studi Etnografi Kuliner Lokal dan Fast Food pada Masyarakat di Kota Palembang). *FDI JATIM*.
- Mustajibah, T., & Trilaksana, A. (2021). Dinamika E-commerce di Indonesia Tahun 1999-2015. *e-Journal Pendidikan Sejarah*.
- Naomi, I. P., & Ardhiyansyah, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image pada E-Commerce Indonesia. *SENMABIS: Conference Series*, 38-44.
- Permatasari, A. S., & Arviani, H. (2023). Persepsi Masyarakat terhadap Pembentukan Citra Merek Pada Kolaborasi PT.Lemonilo Indonesia dengan NCT Dream sebagai Brand Ambassador. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 681-701.
- Pramesti, D. G. (2020). PERILAKU KONSUMTIF WARGANET FOLLOWERS SELEBRITI INSTAGRAM @AGHNIAPUNJABI DALAM TINJAUAN TEORI JEAN BAUDRILLARD. *Undergraduate Thesis*.
- Putra, I. D., & Putri, C. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Prilly Latuconsina Terhadap Brand Image E-Commerce Shopee: Survei Pada Mahasiswa Universitas Cluster Banten. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 1029-1037.
- Putri, I. P., Liany, F. D., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 68-80.
- Putri, K. A. (2019). GAYA HIDUP GENERASI Z SEBAGAI PENGGEMAR FANATIK KOREAN WAVE. *Undergraduate Thesis*.
- 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.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Sari, D. R. (2018). Pengaruh Budaya K-Wave (Korean Wave) Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Penyuka Budaya Korea di Bandar Lampung. *Doctoral Dissertation*.

- Shim, D. (2006). Hybridity and The Rise of Korean Popular Culture In Asia. *Media, Culture & Society, SAGE*, 25-44.
- Sihombing, L. H. (2018). Pengaruh Kpop Bagi Penggemarnya: Sebuah Analisis Kajian Blog. *Jurnal Makna*, 55-76.
- Soedjatmiko, H. (2007). *Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi dan Desai Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Solikatun, Kartono, D. T., & Demartoto, A. (2015). PERILAKU KONSUMSI KOPI SEBAGAI BUDAYA MASYARAKAT KONSUMSI: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 60-74.
- Storey, J. (2006). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra anggota.
- Sudaryono, D. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Supsiloi, & Sembiring, R. (2015). Fenomena Remaja Dalam Berpenampilan sebuah Studi Kasus pada Remaja di Sun Plaza-Medan. *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya*, 64-71.
- Supsiloi, & Sembiring, R. (2015). Fenomena Remaja Dalam Berpenampilan sebuah Studi Kasus pada Remaja Di Sun Plaza-Medan. *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya*, 64-71.
- Tartilla, P. L. (2013). Fanatisme Fans K-pop Dalam Blog Netizenbuzz. *Commonline*, 190-205.
- Tridayanti, F., & Nurfebiarining, S. (2022). Pengaruh NCT Dream Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Mi Instan Lemonilo Pada Generasi Muda. *Medium*, 67-80.
- Utaminingsih, S. L., & Sudrajat, R. H. (2021). Pengaruh Stray Kids Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Loyalty Shopee. *e-Proceeding of Management: Vol.8, No.4* , 4036-4043.
- Venus, A., & Helmi, L. (2010). Budaya Populer Jepang di Indonesia: Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung. *ASPIKOM*, 71-90.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). *The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision: A Case Of Tous Les Jours In Indonesia*. Tangerang: Universitas Pelita Harapan .

- Wardani, R. A. (2012). Konsumsi dan Produksi dalam Budaya Penggemar: Studi Kasus Komunitas Penggemar Kpop “Cassiopeia Surabaya” . *Doctoral Dissertation*.
- Wulandari, S. A., Budiati, A. C., & Nurhadi. (2018). Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar K-POP di SMA Negeri 4 Surakarta. *SOSIALITAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosial Antropologi*.
- Yovita, A. S. (2022). Pengaruh NCT Dream Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo. *Undergraduate Thesis*.
- Zahra, S. (2019). PENGEMAR BUDAYA K_POP (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya K-pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya). *Undergraduate Thesis*.
- Zulkarnain, A. R. (2022). Pengaruh Idol K-pop Neo Culture Technology (NCT) Terhadap Diplomasi Budaya Indonesia di Era Digital. *Skripsi* .

Referensi website

- Alifah, Nabilah Nur. (22 September 2022). Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di dunia. Diakses tanggal 25 Oktober 2023. <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-K-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>
- Annur, Sincy Mutia. (12 Oktober 2022). Pendapatan Penjualan Sejumlah Merek Mi Instan di E-commerce Indonesia (Januari-Agustus 2022). Diakses Tanggal 9 November 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/12/gaet-nct-compas-dashboard-temukan-penjualan-mi-instan-lemonilo-melonjak-154>
- Ginee. (25 Oktober 2021). Inilah Daftar *Brand Ambassador* Shopee dari Tahun ke Tahun. Diakses tanggal 10 April 2023. <https://ginee.com/id/insights/daftar-brand-ambassador-shopee/> .
- Haryanto, Agus Tri. (9 Juni 2022). Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta. Diakses tanggal 7 April 2023. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-6119064/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta>
- Heryadin, Amat. (16 Juli 2022). Deretan Produk Indonesia yang Gandeng *NCT* sebagai *Brand Ambassador*. Diakses 9 November 2023. <https://www.giweek.com/entertainment/pr-853901623/deretan-produk-indonesia-yang-gandeng-nct-sebagai-brand-ambassador?page=2>
- Rahayu, Isna Rifka Sri. (22 Februari 2023). Tapcash BNI Edisi *NCT Dream* Diserbu Penggemar KPOP. Diakses tanggal 5 Juni 2023. <https://money.kompas.com/read/2023/02/16/163210026/tapcash-bni-edisi-nct-127-diserbu-penggemar-K-pop>
- Sanjaya, Yeftha Christopher Asia. (5 Juli 2022). *NCT Dream* Jadi *Brand Ambassador* Blibli, Bakal Gelar Show 24 Juli. Diakses tanggal 5 Juni 2023. <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/07/05/193520820/nct-127-jadi->

brand-ambassador-blibli-bakal-gelar-show-24-

juli?page=all#:~:text=Ditunjuknya%20NCT%20127%20sebagai%20wajah,5%2F7%2F2022).

Sumarni. (22 September 2022). Tak Sampai Dua Jam, Tiket Konser *NCT Dream* di Jakarta Dinyatakan Sold Out. Diakses tanggal 5 Juni 2023. <https://www.suara.com/entertainment/2022/09/22/160522/tak-sampai-2-jam-tiket-konser-nct-127-di-jakarta-dinyatakan-sold-out>

Sumarni. (7 Februari 2023). Digelar 3 Hari, Seluruh Tiket Konser *NCT Dream* di Jakarta Ludes Terjual. Diakses tanggal 9 November 2023. <https://www.suara.com/entertainment/2023/02/07/060000/digelar-3-hari-seluruh-tiket-konser-nct-dream-di-jakarta-ludes-terjual>

Yasmine, Fayza Nurhaliza. (22 Mei 2022). Popularitas *NCT* yang Semakin Tinggi di Indonesia. Diakses tanggal 8 November 2023. https://www.kompasiana.com/fayza29072/628ba120bb448606394b5943/popularitas-nct-dream-yang-semakin-tinggi-di-indonesia?page=1&page_images=1

Yudizwara, Melati. (8 Maret 2023). 7 Aplikasi Marketplace Terbaik di Indonesia 2023. Diakses tanggal 5 Juni 2023. https://everpro.id/blog/aplikasi-marketplace/#Peringkat_Kinerja_Aplikasi_Marketplace_Online