

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- A.M, Morrissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Bungin, Burhan. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media.
- Belch, G.E dan M.A. Belch. 2004. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, Sixth Edition*. New York: The McGraw Hill/Irwin.
- Ehrenberg, A.S.C. et al. 1998. *Justifying Our Advertising Budgets: The Weak and Strong Theories*, JOAB Report No. 8, South Bank University: London.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta: PT Rosdakarya.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2006. *Marketing Management*. London: Prentice Hall.
- Lubis dan Adian. 2011. *Pengantar Filsafat Ilmu Pengetahuan*. Depok: Penerbit Koekoesan.
- Lwin, May dan Aitchison Jim. 2002. *Clueless in Advertising (Rajoe Paul Trans)*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

- Martono, Nanang. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Moriarty, Sandra, Nancy Michell, William Wells. 2011. *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi Kelima. Jakarta: PT. Penerbit Erlangga.
- Nuradi, dkk. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia. Edisi Pertama*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Olson, Jerry C dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Sembilan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Royan, Frans M. 2005. *Marketing Selebritis: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Supardi. 2013. *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. Jakarta: Change Publication.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sukardi. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara,

Widyatama, Rendra. 2009. *Buku Pengantar Periklanan, cet 6*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Jurnal Internasional:

Ambler, Tim. 2000. *Persuasion, Pride and Prejudice: How Ads Work. International Journal Advertising, Vol. 19 (3). 299-315*. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/289675724_Persuasion_pride_and_prejudice_How_ads_work.

Bang, Lee Eui, Lee Sang Gun dan Yang Chang Gyu. 2017. *The Influences of Advertising Attitude and Brand Attitude on Purchase Intention of Smartphone Advertising. Industrial Management & Data Systems, Webley, Vol. 11, Issue 6. 1011-1036*. Diunduh dari <https://proquest.proxy.undip.ac.id/docview/1915806295/D9320BF343274395PQ/5?accountid=49069>

Erdogan, B. Zafer. 1999. *Celebrity Endorsement: A Literature Review. Journal of Marketing Management. Vol 15, 291-314*. Diunduh dari https://www.academia.edu/9586972/Celebrity_Endorsement_a_Literature_Review_B_Zafer_Erdogan_1999

Friestad, M. dan P. Wright. 1994. *The Persuasion Knowledge Model: How People Cope with Persuasion Attempts. Journal of Customer Research, 21 (1), 1-31*. Diunduh dari <https://doi.org/10.1086/209380>.

Hani, Safi., Azouri Marwan, Azouri Andre. 2018. *The Effect of Celebrity Endorsement on Consumer Behavior: Case of the Lebanese Jewelry Industry. Arab Economic Business Journal. Vol. 13, Issue 2, 190-196*. Diunduh dari <https://sciencedirect.proxy.undip.ac.id/science/article/pii/S2214462518300586>.

Jimenez-Castillo, David dan Raquel Sanchez-Fernandez. 2019. *The Role of Digital Influencer in Brand Recommendation: Examining their Impact*

on Engagement, Expected Value and Purchase Intention. International Journal of Information Management 49, Vol 49. 366-376. Diunduh dari
<https://sciencedirect.proxy.undip.ac.id/science/article/pii/S0268401219301653>

Jones, John P. 1990. *Advertising: Strong Force or Weak Force? A Dilemma for Higher Education. Syracuse Scholar. Vol. 10. Issue 1. Diunduh dari*
<https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1114&context=scholar>

Malik, Abdullah dan Bushan D. Sudhakar. 2014. *Brand Positioning Through Celebrity Endorsement – A Review Contribution to Brand Literature. International Review of Management and Marketing. Vol. 4, No. 4, pp. 259-275. Diunduh dari*
<http://www.econjournals.com/index.php/irmm/article/viewFile/946/pdf>.

Sertoglu, Aysegul Ermeç, Ozelm Catl, Sezer Korkmaz. 2014. *Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers' Buying Intentions: An Empirical Study in Turkey. International Review of Management and Marketing: Mersin Vol 4, Issue 1. 66-67. Diunduh dari*
<https://proquest.proxy.undip.ac.id/docview/1474049916/DDB1900A36024455PQ/26?accountid=49069>.

Taillon, Brian J., Steven M. Mueller, Christine M. Kowalczyk, Daniel N. Jones. 2020. *Understanding the relationships between social media influencers and their followers: the moderating role of closeness. Journal of Product & Brand Management. Vol 29 Issue 6. Diunduh dari*
<https://emerald.proxy.undip.ac.id/insight/content/doi/10.1108/JPBM-03-2019-2292/full/html>.

Vien, Chin Vi, Choy Tuck Yun dan Pang Looi Fai. 2017. *The Effect of Celebrity Endorsement of Brand Attitude and Purchase Intention. Journal of*

Global Business and Social Entrepreneurship. Vol.1. No. 4. 141-150.
Diunduh dari <http://gbse.com.my/v1no4jan17/Paper-73-.pdf>.

Laporan Digital:

Nielsen dan iDEA. 2020. *A Findings of HARBOLNAS 2020 Hari Belanja Daring Nasional*. Nielsen Company.

Yuswohady, dkk. 2020. *The 30 Predictions Consumer Behavior New Normal After COVID-19*. Inventure Knowledge.

Internet:

Anonim. 2020. Tren dan Peluang Industri *E-commerce* di Indonesia 2020. Dalam <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205204206-206-472064/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-di-indonesia-2020>. Diakses pada tanggal 30 Juni 2020 pukul 21.24 WIB.

Aditia, Andika. 2019. Dalam <https://entertainment.kompas.com/read/2019/10/16/170614010/bts-sebut-army-indonesia-terbesar-di-asia>. Diakses pada 26 Agustus 2020 pukul 22.50 WIB.

Apridawaty, Titi Sutinah. Kolaborasi Tokopedia dan BTS dalam WIB Tembus Trending Dunia. Dalam <https://lifestyle.sindonews.com/read/120396/166/kolaborasi-tokopedia-dan-bts-dalam-wib-tembus-trending-dunia-1596348495>. Diakses pada 16 September 2020 pukul 11.46 WIB.

Asakursahin. 2019. Dalam <https://aegyo.id/k-pop/read/jadikan-bts-brand-ambassador-berapa-uang-yang-harus-dikeluarkan-tokopedia/>. Diakses pada 1 Juli 2020 pukul 18.50 WIB.

- Anugrah W., Febrian. 2019. Dalam <https://medium.com/life-at-tokopedia/building-toped-universe-fbc2ed925b2c>. Diakses pada 10 Desember 2020 pukul 23.51 WIB.
- Egsaugm. 2020. Dalam <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>. Diakses pada 10 Desember 2020 pukul 23.56 WIB.
- Elena. 2020. Dalam <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201203/9/1325823/efek-pandemi-transaksi-e-commerce-bakal-melesat-jadi-rp337-triliun-2021>. Diakses pada 14 Januari 2021 pukul 21.00 WIB.
- iPrice. 2020. Dalam <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>. Diakses pada 1 Juli 2020 pukul 21.47 WIB.
- Iswara, Aditya Jaya. 2019. Dalam <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/03/26/belanja-daring-di-indonesia-dalam-angka>. Diakses pada tanggal 2 Juli 2020 pukul 15.59 WIB.
- Jatikusumo, Danar. 2019. Dalam <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4132657/bakar-duit-tengok-nilai-belanja-iklan-tv-dari-e-commerce>. Diakses pada tanggal 1 Juli 2020 pukul 15.14 WIB.
- Kompas.com. 2019. Dalam <https://entertainment.kompas.com/read/2019/10/16/170614010/bts-sebut-army-indonesia-terbesar-di-asia> diakses pada 10 Desember 2020 pukul 23.38 WIB.
- Kemp, Simon. 2020. Digital 2020: Indonesia. Dalam <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>. Diakses pada 30 Juni 2020 pukul 19.46 WIB.

- Martina. 2019. Dalam <https://ukirama.com/blogs/ketahui-perbedaan-antara-marketplace-e-commerce-dan-daring-shop>. Diakses pada tanggal 30 Juni 2020 pukul 21.41 WIB.
- Putsanara, Dipna Videlia. 2020. Dalam <https://tirto.id/tokopedia-x-bts-di-tv-show-wib-jadwal-acara-dan-cara-nonton-fSLm>. Diakses pada 29 Juli 2020 pukul 17.00 WIB.
- Ramadhani, Pipit Ika. 2020. Dalam <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4424318/bi-prediksi-transaksi-e-commerce-tembus-rp-337-triliun-di-2021>. Diakses pada 15 Januari 2021 pukul 04.11 WIB.
- Sari, Indah Chartika dan Ahmad Jamaan. Dalam <https://media.neliti.com/media/publications/31286-ID-hallyu-sebagai-fenomena-transnasional.pdf>. Diakses pada 10 Desember 2020 pukul 00.00 WIB.
- Solusi *E-commerce*. 2020. Dalam <https://www.sirclo.com/menilik-tren-perkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020/>. Diakses pada 14 Januari 2021 pukul 22.30 WIB.
- Tokopedia. n.d. Dalam <https://www.tokopedia.com/about/our-business/>. Diakses pada tanggal 30 Juni 2020 pukul 22.30 WIB.
- Tokopedia. n.d. Dalam <https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-announces-bts-as-the-companys-brand-ambassador/>. Diakses pada tanggal 1 Juli 2020 pukul 17.23 WIB.
- Tokopedia. n.d. Dalam <https://www.tokopedia.com/blog/profil-bts-army/>. Diakses pada 26 Agustus 2020 pukul 22.51 WIB
- UKEssays. 2018. Advertising in a Modern World Marketing Essay. Dalam <https://www.ukessays.com/essays/marketing/advertising-in-a-modern-world-marketing-essay.php?vref=1>. Diakses pada 10 September 2020 pukul 21.30 WIB.

- Wartaekonomi. 2020. Dalam <https://www.republika.co.id/berita/qa98w11317000/belanja-iklan-masih-terjaga-terbanyak-ecommerce>. Diakses pada 09 Februari 2021 Pukul 18.00 WIB.
- Widyastuti, Ariyani Yakti. 2020. Dalam <https://bisnis.tempo.co/read/1387374/survei-markplus-shopee-paling-diingat-konsumen-e-commerce>. Diakses pada 09 Februari 2021 Pukul 18.05 WIB.
- Won So. 2020. Dalam <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country/>. Diakses pada 10 Desember 2020 pukul 23.55 WIB.
- Zahrotustianah. 2020. Dalam <https://jabar.idntimes.com/hype/fun-fact/zahrotustianah/daebak-indonesia-masuk-5-besar-users-teraktif-nge-tweet-soal-kpop-regional-jabar/10>. Diakses pada 10 Desember 2020 pukul 23.53 WIB.