



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Maman dan Sambas Ali Muhidin. 2011. *Panduan Praktis Memahami Penelitian Bidang Sosial Administrasi Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations-Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- Augusty, Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, George E & Michael A Belch. 2009. *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communication Perspective 8th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2013. *Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Doucett, Elisabeth. 2008. *Creating Your Library Brand: Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago: American Library Association
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Greenwood, Gaynor Lea. 2012. *Fashion Marketing Communication*. United Kingdom: John Willey&Sons.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2014. *Principles of Marketing 15th Edition*. England: Pearson Education Limited
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A Foss. 2007. *Theories of Human Communication 9th Edition*. California: Thomson Wadsworth.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Neuman, W. Lawrence. 2014. *Basics of Social Research : Qualitative & Quantitative Approaches*. United Kingdom: Pearson.
- Pramesti. Getus. 2014. *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Prastowo, A. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Riduwan. 2005. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Triton. 2006. *Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Andi
- Non Buku:
- Della. Mia Vita. 2016. "*Descendant of The Sun Berakhir dengan patahkan rekor rating terbaru*". Muvila. Diakses 21 September 2016.
<http://www.muvila.com/tv/artikel/descendants-of-the-sun-berakhir-dengan-patahkan-rekor-rating-baru-160415z.html>

- Jeghesta. Manuel. 2016. *“Tiga Sosmed Ini Paling Banyak Digunakan di Indonesia”*. Sindonews. Diakses pada 15 Mei 2017.
<https://autotekno.sindonews.com/read/1149935/133/tiga-sosmedini-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-1477363605>
- Jessica. 2015. *“ Ini Alasan Mengapa Produk Kecantikan Dari Korea Selalu Laris Manis”*. Fimela. Diakses pada 18 September 2016.
<http://www.fimela.com/beauty-health/ini-alasan-mengapa-produk-kecantikan-dari-korea-selalu-laris-manis-1505063.html>
- Koreanisti. 2015. *“Song Hye Kyo-Biodata Lengkap dan 45 Fakta Uniknya”*. Diakses 15 Mei 2017. <http://www.koreanisti.com/2015/05/song-hye-kyo-biodata-lengkap-dan-45.html>
- Munawwaroh. 2012. *“ Mengapa Demam Korea Bisa Mendunia?”*. Tempo.Co. Diakses pada 18 September 2016.
<https://m.tempo.co/read/news/2012/11/30/219445113/mengapa-demam-korea-bisa-mendunia>
- Oktaviani. Kiki. 2014. *“5 Produk Kosmetik Yang Wajib Beli di Korea”*. Wolipop Detik. Diakses 18 September 2016.
<http://wolipop.detik.com/read/2014/06/20/183254/2614705/234/4/5-produk-kosmetik-yang-wajib-beli-di-korea#picmp>
- Pratiwi. Gustyanita. 2013. *“Kosmetika Korea Perkenalkan Laneige Berteknologi Waterful”*. SWA. Diakses 21 September 2016.

<http://swa.co.id/swa/trends/marketing/kosmetika-korea-perkenalkan-laneige-berteknologi-waterful>

Ridwan. 2016. “ 5 Beauty Brand paling Terkenal di Korea Selatan”. Nylon Indonesia. Diakses 18 September 2016.

<http://www.nylonindonesia.com/2016/03/5-beauty-brand-paling-terkenal-di-korea-selatan.html>

“Song Hye Kyo In Shanghai for Laneige”. 2008. K-Popped. 26 Juni.

Diakses 18 September 2016. <http://k-popped.com/2008/06/song-hye-kyo-in-shanghai-for-laneige/>

“Song Hye Kyo Peringkat Ke-5 dari 100 Wanita Tercantik di Dunia”. 2011.

Wow Keren. 26 Desember. Diakses 18 September 2016.

<http://www.wowkeren.com/berita/tampil/00014642.html>

Widiatmanti. Herru. 2015. “*Penghasilan Kelas Menengah Naik= Potensi Pajak?*”. BPPK Kemeneu. Diakses 6 Mei 2017.

<http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/167-artikel-pajak/21014-penghasilan-kelas-menengah-naik-potensi-pajak>

JURNAL ONLINE:

Moynihan, Ray. 2008. Key Opinion Leaders Independent Experts or Drug Representatives in Disguise. *British Medical Journal*, vol. 336, h.1-2.

Situmeang, Llona.V.O. 2014. “ Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Toko Bagus Terhadap Minat Beli: Survei pada Warga Komplek Citra Gran Cluster Central Garden, Cibubur”. Jurnal Komunikologi, Vol 10. Diakses 22 Oktober 2016.
<http://fikom.weblog.esaunggul.ac.id/tag/minat-beli>.