

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, S. (2021). *Sejarah Subway, Restoran Sandwich Terkenal yang Buka Lagi di Indonesia*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/food/read/2021/08/24/101200075/sejarah-subway-restoran-sandwich-terkenal-yang-buka-lagi-di-indonesia?page=all>
- Anandra, Q., Uljanatunnisa, & Cahyani, I. P. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunika*, 9(2).
<https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3421>
- Angelia, D. (2022). *Demam K-Drama di Indonesia, Seperti Apa?* Goodstats.Id.
<https://goodstats.id/article/demam-k-drama-di-indonesia-seperti-apa-PwOqc#:~:text=Di sisi lain%2C penonton K,Z dan milenial di Indonesia.>
- Aransyah, M. F., Furqoniah, F., & Abdullah, A. H. (2019). The Review Study of Halal Products and Its Impact on Non-Muslims Purchase Intention. *Ikonomika*, 4(2), 181–198. <https://doi.org/10.24042/febi.v4i2.5355>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Citra.
- Asrofi, M. Z. (2021). *TREND BUDAYA K-POP DI KALANGAN REMAJA INDONESIA: BTS MEAL HINGGA FANATISME*. Agsaugm.
<https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-indonesia-bts-meal-hingga-fanatisme/>
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *JUSTIN*, 10. <https://doi.org/10.26418/justin.v10i1.45284>
- Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2).
<https://doi.org/10.30659/jikm.v8i2.11263>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). ADVERTISING & PROMOTION: AN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS PERSPECTIVE, ELEVENTH EDITION. In *McGraw-Hill Education* (4th ed.).
- Bernie, M. (2017). *Riset Nielsen: Iklan yang “Menyusup” di Program TV Makin Banyak*. Tirto.Id. <https://tirto.id/riset-nielsen-iklan-yang-menyusup-di-program-tv-makin-banyak-cAvd>
- Chiu, Y. P. (2022). an Elaboration Likelihood Model of Facebook Advertising Effectiveness: Self-Monitoring As a Moderator. *Journal of Electronic Commerce Research*, 23(1).
- Cho, S. (2023). *“The First Responders” Season 2 To Premiere In August*.

Soompi.Com. <https://www.soompi.com/article/1578573wpp/the-first-responders-season-2-to-premiere-in-august>

Ethika, F., Andarini, S., Hidayat, R., & Prabowo, B. (2022). PENGARUH PRODUCT PLACEMENT KOPIKO TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *JURKAMI*, 7(2).

Fathi, M., & Fadilah, N. (2022). *Ternyata, Subway Pernah Hadir di Indonesia pada Tahun 1990-an Loh!* Tv.Umn.Ac.Id. <https://tv.umn.ac.id/article/detail/ternyata-subway-pernah-hadir-di-indonesia-pada-tahun-1990-an-loh>

Fill, C., & Turnbull, S. (2019). *Marketing Communication*. Pearson.

Hamdani, T. (2021). *Subway Indonesia Sudah Buka 3 Cabang, Ini Lokasinya*. Detik.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5783460/subway-indonesia-sudah-buka-3-cabang-ini-lokasinya#:~:text=Cabang pertama Subway Indonesia berlokasi,2021 setelah 20 tahunan henggang.>

Hanindar, M. (2020). Respon Penonton terhadap Product Placement dalam Sinetron (Studi Kasus Sinetron Dunia Terbalik). *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 5(2), 1–14.

Hardani, Auliya, N. H., & Andriani, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/340021548_Buku_Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif

Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli di Marketplace Shopee*. PT. Inovasi Pratama Internasional. https://www.google.co.id/books/edition/Minat_Beli_di_Marketplace_Shoppe/iP56EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Hasya, R. (2022). *Drama Korea Masih Jadi Favorit Masyarakat Indonesia dalam Streaming Film dan Serial di Tahun 2022*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/drama-korea-masih-jadi-favorit-masyarakat-indonesia-dalam-streaming-film-dan-serial-di-tahun-2022-Ywywx>

Hussein, A. S. (2020). Pengaruh Product Placement Samsung Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Penonton Music Video “Kill This Love” oleh BlackPink di Kota Malang). *Damar Bijak Dimasakti*, Vol8, No.2.

Jakfar, A., Vibriyanto, N., & Purwanto, H. (2019). *Buku Ajar Pemasaran Jagung Madura 3*. Zifatama Jawara. https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Pemasaran_Jagung_Madura_3/biZIEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Juju, U. (2021). *Pengantar MANAJEMEN PEMASARAN* (D. Sunarsi (ed.)). Cipta

Media Nusantara.

- Katresna, G., Rizky, H., Adianty, S., & Arsy, J. (2019). *PROMOTION OPPORTUNITY ANALYSIS OF SUBWAY SANDWICH*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2012). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Pearson.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Mayme22. (2022). *9 More K-Drama Product Placements That Made Us Roll Our Eyes And Laugh Out Loud*. Soompi.Com.
<https://www.soompi.com/article/1081763wpp/9-k-drama-product-placements-made-us-roll-eyes-laugh-loud>
- McCarthy, J. (2019). *57% of subscribers say they would immediately cancel Netflix if it ran ads*. TheDrum.Com.
<https://www.thedrums.com/news/2019/01/17/57-subscribers-say-they-would-immediately-cancel-netflix-if-it-ran-ads>
- Mehta, C.R., and Patel, N. R. (2012). SPSS Exact Tests. *SPSS16.0 Manual, January*, 1–220.
- Meidianti, A. R., & Nugrahani, R. U. (2022). Pengaruh Product Placement Kopiko dalam Drama Korea Vincenzo terhadap Respon Khalayak. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 7(2), 196–218.
<https://doi.org/10.36914/jikb.v7i2.726>
- Mulyantina, P. (2019). *THE INFLUENCE OF ONLINE AND OFFLINE STRATEGIC MARKETING COMMUNICATION TO PURCHASE INTENTION OF SINGAPORE AIRLINES*. 9(2).
- Nitami, D. A., Asnawi, N., Ekonomi, F., Islam, U., Maulana, N., & Ibrahim, M. (2023). *Pengaruh Product Placement Skincare MS Glow Terhadap Purchase Intention Dan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Skincare MS Glow Dalam Video Musik Lucinta Luna Feat Dede Satria-Tanpa Status)*. 4(December 2022), 879–886.
- O’Shaughnessy, N., & O’Shaughnessy, J. (2004). *Persuasion in Advertising*. Routledge.
https://www.google.co.id/books/edition/Persuasion_in_Advertising/h4AfKM N6pRYC?hl=id&gbpv=0
- Pahlevi, R. (2022). *Studi JakPat: Demam K-Pop, Orang Indonesia Habiskan 1,5-3 Jam Nonton Drakor*. Databoks.Katadata.Com.

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/24/studi-jakpat-demam-k-pop-orang-indonesia-habiskan-15-3-jam-nonton-drakor>
- Pamela, D. A. (2022). *Pesona Kim Rae Won Jadi Polisi di The First Responders*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5124797/pesona-kim-rae-won-jadi-polisi-di-the-first-responders>
- Perkasa, G. (2023). *Tren dan Budaya Korea Masih Diminati Masyarakat Indonesia*. Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2023/02/16/054544820/tren-dan-budaya-korea-masih-diminati-masyarakat-indonesia?page=all>
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Schuman, D. (1983). Central and Peripheral Routes to Advertising Effectiveness: The Moderating Role of Involvement. *Journal of Consumer Research*, 10, 135–145. https://www.researchgate.net/publication/24098334_Central_and_Peripheral_Routes_to_Advertising_Effectiveness_The_Moderating_Role_of_Involvement
- Purnomo, Z. V. (2015). PRODUCT PLACEMENT : FILM, PROGRAM TELEVISI, VIDEO GAMES , ATAU MUSIK. *Journal of Management Studies*, 9 No.1.
- Putong, C. (2021). *Buka di Indonesia, Subway Muncul di 8 Drama Korea Ini Bikin Ngiler*. Detik.Com. <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-5768480/buka-di-indonesia-subway-muncul-di-8-drama-korea-ini-bikin-ngiler>
- Rastaty, R. (2022). *Survey Result: K-Drama Consumption Amidst COVID-19 Pandemic in Indonesia*. Badan Riset Dan Inovasi Nasional. <https://pmb.brin.go.id/survey-result-k-drama-consumption-amidst-covid-19-pandemic-in-indonesia/>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Russell, C. A. (1998). Toward a framework of product placement : Theoretical proposition. *Advances in Consumer Research*, 25, 357--362.
- Safrin, & Delwis, P. (2019). PRODUCT PLACEMENT DAN MINAT BELI (Studi Korelasional Pengaruh Product Placement Laneige dalam Drama Korea Descendant of The Sun terhadap Minat Beli Mahasiswi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara). *KOMUNIKA*, 1.
- Salamah, P. (2022). *9 Rating Drama Korea Terbaru Desember 2022, Drakor The First Responders Melonjak Naik*. Tribunnews.Com.
- Salasi, R., & Maidiyah, E. (2017). *Buku Ajar Statistik Dasar*. Syiah Kuala University Press.

- Shimp, A. T., & Andrews, Craig, J. (2013). Advertising, Promotion and Other aspects of Integrated Marketing Communications. *Cengage Learning*, 9, 614.
- Simbolon, H. (2022). *Drama The First Responders Raih Rating Memuaskan, Berikut Fakta Menariknya*. Liputan6.Com.
<https://www.liputan6.com/regional/read/5125226/drama-the-first-responders-raih-rating-memuaskan-berikut-fakta-menariknya>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Teori_Teori_Komunikasi/dn_sDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., & Cahyani, R. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli : Kualitas Produk Dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3.
<https://dinastirev.org/JIMT/article/view/833>
- Syahrial, M. (2022). *Pelanggan Netflix Turun, Pengguna Disney+ Justru Naik Hampir 8 Juta pada Awal 2022*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/wiken/read/2022/05/21/083000581/pelanggan-netflix-turun-pengguna-disney-justru-naik-hampir-8-juta-pada?page=all>
- Syahrurn, D., & Salim, D. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian Edisi Revisi Tahun 2021*. UR Press Pekanbaru.
https://www.researchgate.net/publication/354697863_Buku_Metodologi_Penelitian_Edisi_Revisi_Tahun_2021
- Wardani, S. A. (2022). *Survei: Pengguna Aplikasi Streaming Meningkat, 74 Persen Pilih Berlangganan*. Liputan6.Com.
<https://www.liputan6.com/tekno/read/5025068/survei-pengguna-aplikasi-streaming-meningkat-74-persen-pilih-berlangganan>
- Yusuf, M. (2017). *METODE PENELITIAN (Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan)*. Kencana.