

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Jannah, Aiman, Hasda, Fadilla, Taqwin, Masita, Ardiawan, & Sari (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed., p. 1). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Ajjiah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 232-236.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS TINGKAT PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT KOTA PADANG. *Jurnal Matematika UNAND*, 8.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Annur, C. M. (2022, July 7). KIC: Mayoritas Indonesia Dengarkan Musik & Tonton Drama Korea hingga 3 Jam Per Hari. Katadata. Retrieved Nov, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/25/kic-mayoritas-indonesia-dengarkan-musik-tonton-drama-korea-hingga-3-jam-per-hari>
- Annur, C. M. (2022, September 7). Survei JakPat: 9 dari 10 Orang Ingin Kunjungi Korea Karena Nonton Drakor. Katadata. Retrieved Nov, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/07/survei-jakpat-9-dari-10-orang-ingin-kunjungi-korea-karena-nonton-drakor>
- Annur, C. M. (2023, March 10). Ini Penempatan Iklan yang Menarik Menurut Fans Korea di Indonesia. Katadata. Retrieved Nov, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/10/ini-penempatan-iklan-yang-menarik-menurut-fans-korea-di-indonesia>
- Annyeonghaseyo: Telusur Jejak Digital Korean Wave Di Indonesia. (2021). (n.p.): Deepublish.
- Ardana, D., Setyaningrum, W. A., & Ekonomi, J. I. (n.d.). *Apakah Dimensi Brand Equity Memediasi Pengaruh Source Credible Online Reviews 235 Terhadap Purchase Intention? Studi Empiris Pada Produk Smartphone Samsung Di Kalangan Generasi Milenial* FOKUS EKONOMI. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>
- Brand Ambassador, Citra Merek, dan Niat Beli : Konsep dan Aplikasi. (2023). (n.p.): CV Pena Persada.
- Buku Ajar Komunikasi Kesehatan. (2019). (n.p.): Prenada Media.

- Buku Pintar Bisnis Online. (2014). (n.p.): Elex Media Komputindo.
- Christon, D., & Setyanto, Y. (n.d.). *Hubungan Antara Brand Storytelling dan Keputusan Pembelian (Studi: menantea.toko)*.
- Christon, D., Setyanto, Y., & Sudarto, S. (2022). Hubungan Antara Brand Storytelling dan Keputusan Pembelian (Studi: menantea. toko). *Kiwari*, 1(4), 735-741.
- CNN Indonesia (2022, January 7). *Realfood Luncurkan Flawless Jelly, Camilan untuk Jaga Kesehatan Kulit*. Retrieved March 20, 2024, from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220107131019-260-743805/realfood-luncurkan-flawless-jelly-camilan-untuk-jaga-kesehatan-kulit>
- Copywriting. (2023). (n.p.): Prenada Media.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS* (p. 17). Guepedia.
- Delliana, S. (2022). The Influence of Brand Ambassador Yuki Kato on the Purchase Decision of Senka Perfect Whip. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 93–103. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v14i1.2587>
- Effendi, E., Mursilah, M., & Mujiono, M. (2018). Korelasi Tingkat Perhatian Orang Tua dan Kemandirian Belajar dengan Prestasi Belajar Siswa. *Titian Ilmu: Jurnal Ilmiah Multi Sciences*, 10(1), 17-23.
- Electronic Word of Mouth, Brand Image, dan Purchase Intention: Konsep dan Studi Kasus Pada Calon Konsumen Kedai Kopi Fore Coffee. (2023). (n.p.): CV Pena Persada.
- E-Marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial. (2020). (n.p.): Jakad Media Publishing.
- Furrie, W. (2021). Model Komunikasi Coaching Untuk Pasangan Pernikahan di Bawah Umur (Remaja) Akibat Kehamilan Pranikah. *Jurnal Lugas*, 42(1), 42–49. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Holtzhausen, D., Fullerton, J., Lewis, B., & Shipka, D. (2021). *Principles of Strategic Communication*.
- Ivanka, A. T. A., & Satyagraha, A. (2022). Analisis Deskriptif Penggunaan Transmedia Storytelling dalam Bangtan Universe. *De-Lite: Journal of Visual Communication Design Study & Practice*, 2(1), 13. <https://doi.org/10.37312/de-lite.v2i1.5768>
- Kompas.com (2022, November 22). *Pengaruh Fandom K-Pop terhadap Popularitas Brand*. Retrieved March 20, 2024, from

<https://www.kompas.com/tren/read/2022/11/22/150000765/pengaruh-fandom-k-pop-terhadap-popularitas-brand?page=all>

- Komunikasi Kesehatan Komunikasi Kesehatan Komunikasi Kesehatan Etika dan Konseling. (2021). (n.p.): Bening Media Publishing.
- Komunikasi Visual, D., Tinggi Desain Bali, S., Tukad Batanghari No, J., & Denpasar, P. (n.d.). *Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand) Made Arini Hanindharputri dan I Komang Angga Maha Putra.*
- Laurence, D., & Valentina, P. (2019). How Stories Generate Consumer Engagement: An exploratory Study. *Elsevier: Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.045>
- Mahanani, T., Abdullah, G., & Soedjono, S. (2023). PENGARUH PROFESIONALISME GURU TERHADAP MUTU SEKOLAH DASAR DI KECAMATAN BLORA KABUPATEN BLORA. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 1170-1174.
- Mahestu, G., & Rahmani, A. N. (2019). Interpretasi digital storytelling pada iklan Tokopedia. *Jurnal Digital Media dan Relationship*, 1(1), 1-10.
- Manajemen, J., & Petra, P. (2016). *SEBAGAI VARIABEL INTEVENING PADA BLESSCON PT. SUPERIOR PRIMA SUKSES* (Vol. 1, Issue 1).
- Metode Penelitian Bisnis. (2023). (n.p.): Penerbit Andi.
- Mustafa, P. S. (2023). Tinjauan Literatur Analisis Uji R Berganda dan Uji Lanjut dalam Statistik Inferensial pada Penelitian Pendidikan Jasmani. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(5), 571-593.
- Pahlevi, R. (2022, August 24). *Studi JakPat: Demam K-Pop, Orang Indonesia Habiskan 1,5-3 Jam Nonton Drakor*. Katadata. Retrieved Nov, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/24/studi-jakpat-demam-k-pop-orang-indonesia-habiskan-1-5-3-jam-nonton-drakor>
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in The 21st Century*. New York: Routledge.
- Pramono, A., Tama, T., & Waluyo, T. (2021). ANALISIS ARUS TIGA FASA DAYA 197 KVADENGAN MENGGUNAKAN METODE UJI NORMALITAS KOLMOGOROV-SMIRNOV. *JURNAL RESISTOR*, 4.
- Putri, A. N. (2014). ANALISA CORPORATE CREDIBILITY TERHADAP PURCHASE INTENTION TELKOMSEL 4G-LTE DENGAN ATTITUDE

TOWARD THE ADVERTISING DAN ATTITUDE TOWARD THE BRAND SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.8-15>

- Quraisy, A. (2020). Normalitas data menggunakan uji kolmogorov-smirnov dan saphiro-wilk: studi kasus penghasilan orang tua mahasiswa prodi pendidikan matematika unismuh makassar. *J-HEST Journal of Health Education Economics Science and Technology*, 3(1), 7-11.
- Rahayunianto, A. (2019). Daya Tarik Brand Ambassador Iqbaal Dhiafakhri dalam Iklan “Ruangguru” terhadap keputusan penggunaan di Kabupaten Bekasi. *The Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 173-191.
- Ruswandi, W. (2017). Pengaruh Budaya Kerja, Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Pada Pd Alam Aneka Aroma Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 3(1), 32-43.
- Sanditya, R. (2019). *Hubungan Celebrity Endorser Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Konsumen Secara Online di Media Sosial Instagram*. 7(1), 100–104.
- Susanti, I., Janah, Y., & Waru, A. (2022). Pengaruh Public Figure Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Sutanto, F. (2019). Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Mister Cheesy. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 4(3), 425-434.
- Teknik Menulis Skripsi, Tesis Dan Artikel Ilmiah. (2023). (n.p.): Penerbit Andi.
- Teraiya, V., Namboodiri, S., & Jayswal, R. (2023). The Impact of Storytelling Advertising on Consumer Advertising Experiences and Brand Equity. *GLIMS Journal of Management Review and Transformation*. <https://doi.org/10.1177/jmrt.231160591>
- Tian, Z., Dew, R., & Iyengar, R. (2023). Mega or Micro? Influencer Selection Using Follower Elasticity. *Journal of Marketing Research*, 00222437231210267.
- Tsai, M. C. (2020). Storytelling advertising investment profits in marketing: From the perspective of consumers’ purchase intention. *Mathematics*, 8(10), 1704.
- Valentino Pentury, L., Sugianto, M., Remiasa, M., Manajemen Perhotelan, P., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (n.d.). PURCHASE INTENTION PADA HOTEL BINTANG TIGA DI BALI. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 26–35. <https://doi.org/10.9744/jmp.5.1.26-36>

- Wijayani, Q. N. (2022). Komunikasi Aplikasi Model Komunikasi Berlo dalam Komunikasi Pemasaran PT. Lion Wings Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 101–120. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i1.17080>
- Wisudaningsi, B., Arofah, I., & Belang, K. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA. *Jurnal Statistika dan Matematika*, 1.
- Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103-116.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.

