



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. M., & Siti, N. A. (2020). *E-COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital* (J. Hutahaean & S. Janner (eds.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Ariyanti, A. (2018). Pengaruh Motivasi Dan Mental Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(2), 95.
<https://doi.org/10.33370/jpw.v20i2.199>
- Ayuni, A., Suharso, P., & Sukidin, S. (2019). Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Abdurachman Saleh Kota Situbondo (Studi Kasus: Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Dalam Menggunakan Kosmetik Branded). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 58.
<https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10421>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021). The Influence of Transformational Leadership Style on Work Engagement Remuneration Dimediation and 207 JAM BRAND TRUST AS CELEBRITY ENDORSER MARKETING MODERATOR’S ROLE. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(1), 207–216. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.19>.
- Fresherslive. (n.d.). *Which-Country-Has-the-Most-Bts-Fans-How-Many-Bts-Fans-Are-There-in-the-World-226106 @ Latestnews.Fresherslive.Com*.
<https://latestnews.fresherslive.com/articles/which-country-has-the-most-bts-fans-how-many-bts-fans-are-there-in-the-world-226106>
- Irfani, A., & Putri, B. S. (2018). Pengaruh iklan tv tokopedia versi “ kejar jodoh dimulai dari tokopedia” terhadap respon khalayak. 12(1).
- Kompas.com. (n.d.). *aktivitas-belanja-online-meningkat-drastis-ini-sebabnya @ money.kompas.com*.
<https://money.kompas.com/read/2020/10/27/135847026/aktivitas-belanja-online->

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Wwik Kian Gie

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 tanpa izin IBIKKG.



meningkat-drastis-ini-sebabnya?page=all

Lima, S., & Thompson, L. (2017). *Shary lima the effect of celebrity endorsement on 15-34 year old consumers buying supervisor : Lynette Thompson.*

<http://iiespace.iie.ac.za/bitstream/handle/11622/204/SharyLIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nainggolan, T. N., Munandar, M., Andriasan, S., Lora, E. N., Fuadi, F., Puji, H., Dewa, P.,

Yudhi, A., Acai, S., Dyah, G., Nina, M., Aditya, H. P. K., Astri, R., & Deddy, G.

(2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (J. Simarmata (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.

Priansa, J. D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial* (1st ed.). CV Pustaka Setia.

Prisugianto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran: ERA DIGITAL*. Prisani Cendekia.

Rossy, & Meisyaroh, S. (2017). Pengaruh Brand Image Air Asia Terhadap Keputusan pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Pada Konsumen Pegangsaan Dua. *Manajemen Pemasaran*, 24(2), 145–153.

Shimp, A. T. (2013). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*. Gengange Learning: South Western.

Sragenupdate.com. (n.d.). *Berikut-Rentang-Umur-Army-Bts-Ada-Army-Berusia-Diatas-60-Tahun @ Sragenupdate.Pikiran-Rakyat.Com*. <https://sragenupdate.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1842296554/berikut-rentang-umur-army-bts-ada-army-berusia-diatas-60-tahun?page=2>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

_____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.); 1st ed.). Alfabeta.

Superwiratni, S. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*,



8(2), 99. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i2.13743>

Telaumbanua, A. (2020). Teori Belajar Behavioristik dalam Meningkatkan Kemampuan

Merespon Materi Perkuliahan. *DIDAKTIKOS: Jurnal Pendidikan Agama ...*, 3(1), 49–59. <https://journal.stipakdh.ac.id/index.php/didaktikos/article/view/8>

Triputranto, B., & Nurdiansyah, F. (2021). Pengaruh celebrity endorser terhadap minat akses situs web dan aplikasi tokopedia (studi kasus pada iklan tokopedia X bts).

Jurnal Bisnis Dan Pemasaran, 11(1), 9.

<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1409/826>

Wahidah, A., Nurbayani, S., & Aryanti, T. (2020). Korean Wave: Lingkaran Semu

Penggemar Indonesia. *Sosietas*, 10(2), 887–893.

<https://ejournal.upi.edu/index.php/sosietas/article/view/30111>

Wijaya, J., & Pembimbing, D. (n.d.). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND*

AMBASSADOR LEE MIN HO TERHADAP BRAND IMAGE LUWAK WHITE

KOFFIE DI DAERAH JAKARTA. 1–16.