



## DAFTAR PUSTAKA

- Adisak Suvittawat. (2021). *The influence of customer expectations, customer loyalty, customer satisfaction and customer brand loyalty on customer purchasing intentions: A case study of K-POP fans in Thailand*. African Journal of Business Management. Vol. 16 No.1 (hlm. 1-9)
- Alperstein, M.N. (2019), *Celebrity and Mediated Social Connections: Fans, Friends and Followers in the Digital Age*. Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Devito, Joseph. A. (2023), *The Interpersonal Communication Book*. Sixteenth Edition. Global Edition. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Febrina, M dan Siahaan M (2019), *Modul Pelatihan: Komunikasi Persuasif*. United States Agency. International Development.
- Firmansyah, M.A. (2019), *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Indah, R.M., Rachman, R.S. (2020). *Pengaruh Personal Branding dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Kuantitatif BTS dan Album Love Yourself Pada Fandomnya Army Bandung)*. Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi. Vol. 1 No. 1 (hlm. 65-79).
- Kotler P., Armstrong, G., (2021), *Principles of Marketing*. Eighteenth Edition. United States: Pearson Education Limited.
- Kotler P., Keller, K.L., Chernev, A. (2022), *Marketing Management*. Sixteenth Edition. Global Edition. United States: Pearson Education Limited.
- Maulida, C.N., Kamila, A.D. (2021). *Pengaruh K-Pop Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pengguna Shopee)*. Kinesik. Vol. 8 No. 2 (hlm. 137-145).
- Ozuen, W dan Ranfagni. (2021), *The Art of Digital Marketing for Fashion and Luxury Brands*. Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Raharjo, F.S. (2019), *The Master Book of Personal Branding: Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. Yogyakarta: Penerbit Quadrant.
- Schiffman, L dan Wisenblit, J. (2019), *Consumer Behavior*. Twelfth Edition. United States: Pearson Education.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. 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.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sekaran, Uma dan Roger Bougie (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 6. Jilid 1. Terjemahan Kwan Men Yon. Jakarta: Salemba Empat.

Smith, P.R dan Zook. Z. (2020), *Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies*. United States: Kogan Page Limited.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tamimy, M. F. (2017), *Sharing-mu Personal Branding-mu*. Jakarta: Visimedia Pustaka.

Wardhana, Nughraha., et al. (2022), *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Wendyanto, C.M., Utami, (2022). *Pengaruh Personal Branding terhadap Loyalitas Penggemar (Studi Kasus Kuantitatif pada Grup K-Pop BLACKPINK)*. Koneksi. Vol. 6 No. 1 (hlm. 157-166).

Youna Kim. (2022), *The Soft Power of The Korean Wave Parasite, BTS and Drama*. Internationalizing Media Studies. New York: Routledge.

Zain, N.L. (2017). *Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa*. Jurnal Nomosleca. Vol. 3 No. 2 (hlm. 595-604).

Zuraya, N (Juni 2022), *APJII: Pengguna Internet di Indonesia Naik dari 175 Juta Menjadi 220 Juta*. Diakses pada 25 Oktober 2022. <https://tekno.republika.co.id/berita//rd7lbq383/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-naik-dari-175-juta-menjadi-220-juta>