

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruq, A. N. (2021). Pengaruh Instagram Ads (Advertising) Dalam Membangun Brand Awareness Clothing Line HEBE. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(2), 8. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7384/0>
- Annistri, A. (2021, April 5). 14 Brand Yang Jadikan BTS Sebagai Ambassador, Para ARMY Wajib Tahu! *Cekaja.Com*. <https://www.cekaja.com/info/brand-yang-jadikan-bts-sebagai-ambassador>
- Annur, C. M. (2023, November 28). Indonesia Jadi Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak Ke-4 Di Dunia. *Databoks*.
- Bestari, B. (2023, May 22). *The Best Indonesia Digital Marketing Strategies To Consider*. Taksu Digital. <https://www.taksudigital.com/blog/digital-marketing-channels-indonesia>
- Dewi, A. M. (2018). Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(1), 1–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i1.78>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Fibria, D. (2023, May 8). Terpilih Jadi Brand Ambassador, BTS Memang Benar-Benar Dicari Oleh Merek Fashion Mewah Bukan Karena Ketenaran. *Kpopchart.Net*. <https://www.kpopchart.net/k-update/9168714921/terpilih-jadi-brand-ambassador-bts-memang-benar-benar-dicari-oleh-merek-fashion-mewah-bukan-karena-ketenaran>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media. <https://www.researchgate.net/publication/334964919>
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, E. (2021). *Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Puskesmas Desa Merdeka, Kecamatan Merdeka Kabupaten Karo*. <http://portaluniversitasquality.ac.id:55555/id/eprint/1135>
- Goodstats.Id. (2022, September 20). Deretan Negara Dengan Fans K-Pop Terbanyak, Indonesia Nomor Satu. *Goodstats.Id*. <https://goodstats.id/infographic/deretan-negara-dengan-fans-k-pop-terbanyak-indonesia-nomor-satu-alq3y>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Cetakan I). Pustaka Ilmu. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>

- Koreaboo. (2023, March 30). "The Jungkook Effect" Calvin Klein's Latest Collection Worn By The BTS Star Is Reportedly Already Selling Out In Several Countries. *Koreaboo.Com*.
<https://www.koreaboo.com/news/jungkook-effect-calvin-kleins-latest-collection-reportedly-already-beginning-sell-in-several-countries/>
- Laras, A. (2023, April 4). Sosok Di Balik Suksesnya Calvin Klein, Brand Fesyen Asal Amerika Incaran Anak Muda Dunia. *Entrepreneur Bisnis.Com*.
<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20230404/265/1643599/sosok-di-balik-suksesnya-calvin-klein-brand-fesyen-asal-amerika-incaran-anak-muda-dunia>
- Ningsih, N. F., Komalawati, E., & Rosma, A. (2019). Pengaruh Iklan Televisi Teh Botol Sosro Versi "Semeja Bersaudara" Dan Iklan Instagram Versi "Serunya Jalan Terus" Terhadap Citra Merek. *Lugas Jurnal Komunikasi*, 3(2), 73–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.31334/lugas.v3i2.707>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal Of Mathematics*, 1(1).
<http://ejournal.ung.ac.id/index.php/jjom>,
- Ohorella, N. R., Annisa, & Prihantoro, E. (2022). Pengaruh Akun Instagram @Sumbar_Rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi. *Jurnal Komunika*, 18(2).
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2).
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia. *Protvf*, 3(1), 68–80.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Rachmawati, I., Millanyani, H., & Ariyanti, M. (2020). *Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah*. Tel-U Press.
<https://telkomuniversity.ac.id>
- Riyanto, A. D. (2023, April 18). Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023. *Andi.Link*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Rizki, A. (2022, April 9). Grammy Awards Ke-63, BTS Pernah Dinominasikan Untuk Penampilan Duo/Grup Pop Terbaik. *SPIRITMADURA.COM*.
<https://www.spiritmadura.com/entertainment/pr-4023175537/grammy-awards-ke-63-bts-pernah-dinominasikan-untuk-penampilan-duogrup-pop-terbaik>
- Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi (Edisi Revisi)*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.

- The Feed. (2023, March 28). Calvin Klein Names BTS Fame Jung Kook As Its Global Ambassador. *The Economic Times*. <https://economictimes.indiatimes.com/News/International/Us/Calvin-Klein-Names-Bts-Fame-Jung-Kook-As-Its-Global-Ambassador/ArticleShow/99068278.Cms>
- Vadellah, N. F. R. (2021, July 4). Fenomena Mcd X BTS Di Indonesia. *Kompasiana.Com*.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea Pada Remaja Milenial Di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/Diversita.V8i2.6989>
- Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Yaman, E. (2023, July 22). 16 Artis Korea Jadi Ambassador Brand Lokal Indonesia, Nomor 9 Bolak Balik Ke Jakarta. *RIAUPOS.CO*.
- Yudha, A. P., & Irawan, A. W. (2022). Analisa Iklan Melalui Fitur Instagram Ads Terhadap Minat Beli Konsumen Frozen Food. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 8(1), 55–74. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/index>
- Yunus, U. (2019). *Digital Branding Teori Dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media.