

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy and Jogiyanto. 2015. Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Ed.1. Yogyakarta: ANDI.
- Ahcmady, A. C. N., & Wardhani, N. I. K. (2022). Citra Merek, Inovasi Produk pada Minat Beli Ulang Es Krim di Sidoarjo. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 1118-1125.
- Ahmatang, A., & Saputri, I. A. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Made in Korea Pada Mahasiswa di Kota Tarakan. *Jurnal Dimensi*, 9(3), 444-460.
- Anggraeni, E. D., Hidayat, S. I., and Amir, I. T. (2021). Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Konsumsi Susu. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 10(1), 41–49.
- Aslam, W., & Luna, I. R. D. (2021). The relationship between brand Facebook page characteristics, perceived value, and customer engagement behavior: An application of Stimulus-Organism-Response (SOR). *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 23, 43-62.
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan. *Jurnal Diversita*, 6(2), 194–201.
- Fajri, R. C., Prikurnia, A. K., & Agustina, M. (2022). Pengaruh Model Sikap Tiga Komponen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Buds Organics. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (Akunbisnis)*, 5(2), 266-272.
- Fenko, A., Backhaus, B. W., & van Hoof, J. J. (2015). The influence of product-and person-related factors on consumer hedonic responses to soy products. *Food quality and preference*, 41, 30-40.
- Ferdinand, Augusty. 2006. "Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi." Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriyadi, I., & Alam, G. (2020). Globalisasi Budaya Populer Indonesia (Musik Dangdut) di Kawasan Asia Tenggara. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 1(3), 251-269.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

- Girard, Tulay. 2010. The Role of Demographics on The Susceptibility to Social Influence: A Pretest Study. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*. 5(1): h: 9-22.
- Hair, J., Black, W.C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Edition). NJ: Prentice-Hall Publication.
- Hamid Solling, R., & M Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta Pusat. PT Inkubator Penulis Indonesia
- Haq, S. W. (2019). Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Korea. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Hurlock, E.B. (2006). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Janti, S. (2014). Analisis Validitas dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Penerapan Strategic Planning Sistem Informasi Garmen: Studi Kasus PT. Asga Indocare. *SNIT 2015*, 1(1), 67-72.
- James St, M., & Christodoulidou, N. (2011). Factors influencing wine consumption in Southern California consumers. *International Journal of Wine Business Research*, 23(1), 36-48.
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan persamaan struktural dengan partial least square. *Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika*, 1, 118-132.
- Jimenez, N. H., & San Martin, S. 2010. The Role of Country of Origin, Ethnocentrism and animosity in Promoting Consumer trust. The moderating role of familiarity. *International Business Review*, 19(1), 34- 45.
- Jogiyanto, H. M. 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lancia, F. ., Liliyana, L., Sagiyanto, A. ., & Aziz, A. (2022). Korean Drama Show and Millennials Social Behavior. *PROPAGANDA*, 2(2), 147–155.
- Martinez, E., Pina, J.M., (2010). Customer response to brand extension ; a comprehensive model, *European Jurnal of Marketing*, 1182 - 1205, 2010
- Mehrabian, A. and Russel, J. 1974. *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

- Mubah, A. S. (2011). Strategi meningkatkan daya tahan budaya lokal dalam menghadapi arus globalisasi. *Jurnal Unair*, 24(4), 302-308.
- Rifani, A., Albushairi, S. A., & Huda, N. (2018). *Perilaku Konsumen (Teori Dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran)*.
- Novyanti, V., Sosianika, A., & Rafdinal, W. (2021, September). Peran Country of Origin Image dalam Memprediksi Purchase Intention Makanan Korea. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1221-1227).
- Nugroho, Y. A. (2020). *Analisis Preferensi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Susu Cair Kemasan di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar* (Doctoral dissertation, Program Studi S1 Agribisnis Departemen Pertanian).
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, P. B. (2019). Pengaruh Kompetensi, Motivasi, Kepemimpinan, Komitmen dan Budaya Kerja Sistem Manajemen Integrasi ISO 9001, ISO 14000 dan ISO 45001 Pada Industri Otomotif. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 6(2).
- Puspita, R. E., Ayuningrum, A. N. P. D., Zulaikha, Y., & Thaker, M. A. B. M. T. (2022). Look-ahead Behavior in Food Culture: The Case of Korean Food Buying. *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 6(1), 59-72.
- Santoso, F. C., Hadi, I. P., & Yoanita, D. (2020). Sikap Generasi Milenial Terhadap Pesan Budaya Korea Dalam Iklan Mie Sedaap Selection 'Korean Spicy Chicken' Di Televisi. *Jurnal e-Komunikasi*, 8(2).
- Seo, S. & Ryu, K. (2009), "Consumers' perception on noble family's foods", *Korean Journal of Foods Culture*, Vol. 22 No. 6, pp. 783-793.
- Seo, S., & Yun, N. (2015). Multi-dimensional scale to measure destination food image: Case of Korean food. *British Food Journal*, 117(12), 2914-2929.
- Sudarmanto, Gunawan. R. 2005. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Susanti, R., & Kustijana, D. H. (2010). Efek Dari Country Of Origin Dan Pengetahuan Produk Pada Evaluasi Produk dan Niat Pembelian Produk Sepeda Motor. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(1).
- Tijun, S., & Saino, S. (2023). Pengaruh Nct Dream Sebagai Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian

Mie Instan dengan Korean Wave Sebagai Variabel Intervening.  
Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 11(3), 277-289.

Tyagi, V. (2020). The Impact Of Globalization On Culture In The 21st Century. *Journal of English Language and Literature (JOELL)*, 102-105.

Yuel, M. V. D. B., Nethan, A., Ikhtiarin, A. D., Agustin, V. M., Amini, D. S., & Subandi, Y. (2023). Strategi Diplomasi Publik Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui Korean Wave. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 7(1), 45-55.

Zhou, K. Z., & Nakamoto, K. (2007). How do enhanced and unique features affect new product preference? The moderating role of product familiarity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35, 53-62.