

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Aldy Purnomo, Rochmat. 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV Wade Group.
- Assael, H. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Nugroho, S. A. (2011). *Hallyu di Indonesia: selama dekade pertama di abad ke-21. in. Syamsudin (ed.), sejarah Korea menuju masyarakat modern: beberapa peristiwa penting*. Yogyakarta: INAKOS.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. USA: Wiley
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., Winarti, M. B. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Mediakom : Yogyakarta.
- Royan, Frans M. (2004). "Marketing Celebrities". PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. 2019. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. 2019. *The Master Book Of SPSS*. Yogyakarta: STARTUP.
- Soleh, A. Z. 2005. *Ilmu Statistika Pendekatan Teoritis dan Aplikatif*. Bandung: Rekayasa Sains Bandung.

Sumber Daring :

- Aulia, Niswa. 2019. *Monster Rookie Idol, 7 Awards yang Sukses Stray Kids Sabet Sejak Debut*.
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/niswa-aulia-1/daftar-awards-yang-sukses-stray-kids-sabet-sejak-debut-c1c2?page=all>
- Annur, Cindy Mutia. 2022. *Survei KIC: 48% Responden Beli Produk yang Direkomendasikan Artis K-pop*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/survei-kic-48-responden-beli-produk-yang-direkomendasikan-artis-k-pop>
- En.nacific.com
- Prasanti, Annisa Nindya. 2022. *Stray Kids Raih Daesang 2 Tahun Berturut-turut di 2022 Asian Artist Awards*.
[https://www.ayovibes.com/entertainment/pr-5316062834/stray-kids-raih-daesang-2-tahun-berturut-turut-di-2022-asian-artist-awards#:~:text=Ayo%20Banten,Stray%20Kids%20Raih%20Daesang%20%20Tahun%20Berturut,di%202022%20Asian%20Artist%20Awards&text=AYOVIBES.COM%20%2D%2D%20Boy%20grup,Artist%20Awards%20\(2022%20AAA\)](https://www.ayovibes.com/entertainment/pr-5316062834/stray-kids-raih-daesang-2-tahun-berturut-turut-di-2022-asian-artist-awards#:~:text=Ayo%20Banten,Stray%20Kids%20Raih%20Daesang%20%20Tahun%20Berturut,di%202022%20Asian%20Artist%20Awards&text=AYOVIBES.COM%20%2D%2D%20Boy%20grup,Artist%20Awards%20(2022%20AAA)).
- Sabrina, Andini. 2023. *Stray Kids Pecahkan Rekor Jadi Idol K-Pop Pertama yang Raih Jumlah Pre-order Album Hingga 5,13 Juta Copy*.
<https://www.rbg.id/hiburan/9448988345/stray-kids-pecahkan-rekor-jadi-idol-k-pop-pertama-yang-raih-jumlah-pre-order-album-hingga-513-juta-copy>
- ZAP Beauty Index 2018 dan 2019. <https://zapclinic.com/zapbeautyindex>
- Sumber Jurnal, Skripsi dan Tesis:
- Arijanti, S., & Jayanto, I. (2023). Pengaruh *Brand ambassador* Idol Korea Dalam Mempromosikan Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Dan Minat Pembelian Di Indonesia (Literatur Review). *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(1), 39-50
- Elisabeth Stevina, Ritzky Karina M.R. Brahmana. (2015). *Pengaruh Brand Identity Terhadap Purchase Intention Melalui Trust di UD. MAKIN HASIL JEMBER*. *Jurnal manajemen pemasaran petra*, 3(1). 1-8. Universitas Kristen Petra. Surabaya
- Faradasya, C. I. & Trianasari, N. (2021). *Pengaruh Brand ambassador KPOP Stray Kids & Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee)*. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom*, 8(2), 865-873.
- Gita, D. & Setyorini, R. (2016). *Pengaruh Brand ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id*. *Jurnal Universitas Telkom*, 3(1), 622.
- Immaculata, M. A. & Utami, L. S. S. (2021). *Pengaruh Popularitas Brand ambassador NCT127 Terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tea*. *Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara - Prologia*, 5(2), 261-266.

- Langi, Mayangcindy, dkk. (2022). *Pengaruh Treasure Sebagai Brand ambassador Ruangguru Terhadap Brand Awareness Pada Kalangan Siswa Menengah Atas*. Jurnal E-Komunikasi, 10(2).1-8 Universitas Kristen Petra. Surabaya
- Parlianti, Septriana dan Rurani Adinda. 2021. *Campur Kode Penyisipan Unsur Bahasa Korea Dalam Novel 사랑해요 (SARANGHAEYO) Karya Karumi Iyagi*, AKSARABACA Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya, 1(2). 1(2), 135-141.
- San, L. Y., Hock, N. T., & Yin, L. P. (2020). Purchase Intention Towards Korean Products Among Generation Y In Malaysia. In N. S. Othman, A. H. B. Jaaffar, N. H. B. Harun, S. B. Buniamin, N. E. A. B. Mohamad, I. B. M. Ali, N. H. B. A. Razali, & S. L. B. M. Hashim (Eds.), *Driving Sustainability through Business-Technology Synergy*, vol 100. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (pp. 660-669). European Publisher.
<https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.12.05.72>
- Shahnaz, N. B. F., & Wahyono, W. (2016). Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko online. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Sembiring, H. A. & Dewi, C. K. (2021). *Pengaruh Brand ambassador Terhadap Purchasing Decision Konsumen Lazada (Studi pada Lee Min Ho sebagai Brand ambassador*. Jurnal Universitas Telkom, 8(5), 5731-5739.
- Taufiqurrahman, T. (2022). *PENGARUH LOKASI, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUMAHAN GRIYA MARGOMULYO ASRI* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Trihadi, R. F. (2022). *Pengaruh Brand ambassador Song Joong Ki Dalam Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Di Kota Kediri)*. Thesis. IAIN Kediri.
- Wang, F. & Hariandja, E. S. (2016). *The Influence of Brand ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours in Indonesia*. Journal International Conference on Entrepreneurship, 5(2), 296-297.
- Yu, E. & Kim, J. (2020). *The Relationship Between Self-City Brand Connection, City Brand Experience, and City Brand ambassadors*. Journal Sustainability, 12(3), 2.
- 한가록, 박정민 and 이재은. (2022). *The Effects of Attachment to Korean Wave Stars and Cultural Proximity on Chinese Consumers' Purchase Intention of Korean Products*. Business Communication Research and Practice, 5(1), 4-13.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Danisti Puri Chaerani

Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 18 Maret 2002

Jenis kelamin : Perempuan

Alamat : Jl. Matahari IV, Blok H1/12

Kel. Bambu Apus, Kec. Pamulang, Tangerang Selatan.

Email : ranidanis01@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2019 – 2023 : Universitas Nasional, Program Studi Bahasa Korea, Jl. Sawo Manila No. 61, Kel. Pejaten Barat, Kec. Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 12520.

2016 – 2019 : MAN 4 JAKARTA, Jl. Ciputat Raya No.5, RT.5/RW.8, Pd. Pinang, Kec. Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, 12310.

2013 – 2016 : MTSN 1 KOTA TANGERANG SELATAN, Jl. Pajajaran No. 31, Pamulang Barat, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417.

2008 – 2013 : SDI AT-TAQWA, Jl. Benda Timur 15, Benda Baru, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15415.

HASIL TURNITIN

SJ

ORIGINALITY REPORT

27%
SIMILARITY INDEX

27%
INTERNET SOURCES

15%
PUBLICATIONS

14%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unas.ac.id Internet Source	1%
2	repository.unj.ac.id Internet Source	1%
3	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
6	repository.stiedewantara.ac.id Internet Source	1%
7	docplayer.info Internet Source	<1%
8	core.ac.uk Internet Source	<1%
9	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1%

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian Google Form

KUESIONER PENELITIAN GOOGLE FORM

Kepada Yth.

Penggemar Stray Kids (STAY)

Di Tempat

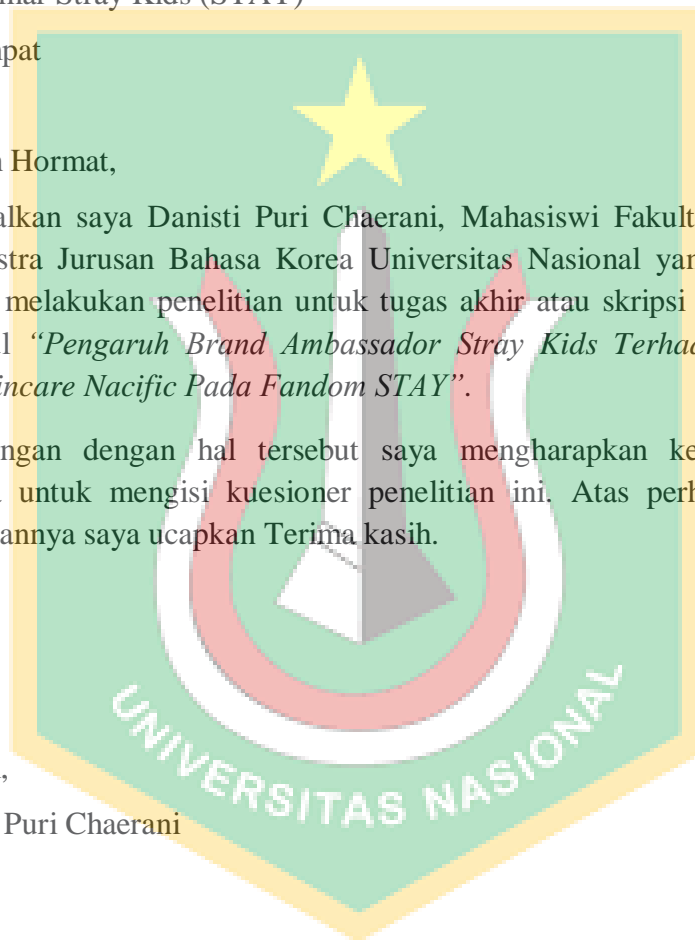
Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Danisti Puri Chaerani, Mahasiswi Fakultas Bahasa dan Sastra Jurusan Bahasa Korea Universitas Nasional yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir atau skripsi saya yang berjudul *“Pengaruh Brand Ambassador Stray Kids Terhadap Minat Beli Skincare Nacifc Pada Fandom STAY”*.

Sehubungan dengan hal tersebut saya mengharapkan ketersediaan saudara untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaannya saya ucapkan Terima kasih.

Peneliti,

Danisti Puri Chaerani



PROFIL RESPONDEN

Berilah tanda (√) pada kolom yang telah disediakan

1. Nama :
2. Email :
3. Jenis Kelamin : Laki laki Perempuan
4. Usia : 18-21
 22-25
 > 25
5. Uang Saku : 0 - 1.000.000
 1.000.000 – 2.000.000
 2.000.000 – 3.000.000
 > 3.000.000
6. Media Sosial yang paling sering digunakan
 Youtube Instagram Tiktok
 Twitter Facebook Whatsapp
7. Tempat belanja online yang paling sering digunakan
 Shopee Lazada Blibli
 Zalora Tokopedia

Berilah tanda (√) pada kolom yang sesuai dengan penilaian atau pendapat saudara pada pernyataan dibawah ini. Skor penilaian pada pernyataan ini adalah sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS) : Nilai Skor 5
2. Setuju (S) : Nilai Skor 4
3. Kurang Setuju (KS) : Nilai Skor 3
4. Tidak Setuju (TS) : Nilai Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : Nilai Skor

DAFTAR PERNYATAAN

Variabel (X) Brand Ambassador

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Trustworthiness						
1.	Stray Kids dapat dipercaya sebagai <i>Brand Ambassador</i> Nacific					
2.	Informasi yang disampaikan Stray Kids tentang produk Nacific dapat dipercaya					
3.	Iklan yang dibawakan Stray Kids sebagai <i>Brand Ambassador</i> Nacific membuat saya menjadi lebih percaya untuk menggunakan produk <i>skincare</i> Nacific					
Familiarty						
4.	Saya sudah lama mengetahui <i>idol Kpop</i> Stray Kids					
5.	Stray Kids dikenal sebagai salah satu <i>idol</i> Korea yang sangat disenangi banyak orang					
6.	Penampilan dan ketampanan member straykids sesuai untuk mempresentasikan slogan Nacific "the birth of nature beauty."					
7.	Stray Kids sangat cocok sebagai <i>Brand Ambassador</i> produk Nacific					
Expertise						
8.	Stray Kids adalah salah satu <i>idol</i> Korea yang memiliki banyak prestasi					
9.	Stray Kids adalah <i>idol Kpop</i> multitalenta yang dijadikan idola oleh anak muda					
10.	Stray Kids terlihat piawai dalam mempresentasikan informasi produk <i>skincare</i> Nacific					
11.	Saya menggunakan <i>skincare</i> Nacific karena Stray Kids adalah idola <i>Kpop</i> kesukaan saya					
12.	Stray Kids memiliki kemampuan untuk menarik perhatian dalam setiap iklan yang dibintanginya					

Variabel (Y) Minat Beli

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Attention (Daya Tarik)						
1.	Informasi mengenai produk <i>skincare</i> nacific yang disampaikan oleh Stray Kids mampu menarik perhatian saya					

2.	Iklan <i>skincare</i> Nacific yang dibintangi Stray Kids menarik perhatian saya					
Interest (minat)						
3.	<i>Brand ambassador</i> Stray Kids menarik minat saya untuk mengetahui produk <i>skincare</i> Nacific					
4.	Kualitas produk <i>skincare</i> Nacific menarik minat saya untuk menggunakan produk tersebut					
5.	Saya memiliki minat untuk menggunakan produk <i>skincare</i> Nacific					
Desire (keinginan)						
6.	Penggunaan Stray Kids sebagai <i>brand ambassador</i> membuat saya memiliki keinginan untuk membeli produk Nacific					
7.	Harga produk <i>skincare</i> yang ditawarkan oleh Nacific sesuai dengan keinginan saya					
Action (aksi)						
8.	Saya akan selalu bersedia menggunakan produk <i>skincare</i> Nacific					
9.	Saya akan menceritakan pengalaman saya menggunakan <i>skincare</i> Nacific kepada orang lain					
10.	Saya membeli produk <i>skincare</i> Nacific karena menggunakan Stray Kids sebagai <i>brand ambassador</i>					



Lampiran 2 : Profil Responden

No	Nama	Alamat Email	Jenis Kelamin	Usia
1	Carolyn Laura	rune_idmonia@yahoo.com	Perempuan	>25
2	Karisma Insani	spearbee97@gmail.com	Perempuan	22-25
3	Ria Khoirunnisa	ria.elkim@gmail.com	Perempuan	>25
4	Marlina	mrlnmtr@gmail.com	Perempuan	22-25
5	Aa	audalyssak@gmail.com	Perempuan	>25
6	Nida Yusrina	yusrina.nida@gmail.com	Perempuan	22-25
7	Indira	indiraputris13@gmail.com	Perempuan	22-25
8	Anastasya Tracy	Anastasyatracyms@gmail.com	Perempuan	22-25
9	Syifa	Syifaasyams@gmail.com	Perempuan	22-25
10	Alvina Marta	alvinasemdel@gmail.com	Perempuan	22-25
11	Novio	Novi.vio26@gmail.com	Perempuan	>25
12	Aurelia R	Aureliareggita@gmail.com	Perempuan	18-21
13	Salsa	salsa.saidnaum@gmail.com	Perempuan	22-25
14	Rachel	hyeonllama@gmail.com	Perempuan	18-21
15	Nada	qthrnadaaaa99@gmail.com	Perempuan	22-25
16	Annisa	annisadan@gmail.com	Perempuan	>25
17	Maura	maura.sadha@gmail.com	Perempuan	22-25
18	Kiya	kurniasari294@gmail.com	Perempuan	>25
19	Ullyya	ullsbackup25@gmail.com	Perempuan	22-25
20	Desi	Desiamaliaanggunsetyawati@gmail.com	Perempuan	>25
21	Danaya	bbangnyuuu0508@gmail.com	Perempuan	18-21
22	Winona	winonarachel233@gmail.com	Perempuan	18-21
23	Citra	citra.a@mail.ugm.ac.id	Perempuan	22-25
24	Sartika Oviani	sartikaoviani@gmail.com	Perempuan	22-25
25	Hannaa	muflihannas@gmail.com	Perempuan	18-21
26	Laura	Hyunjinsayanglaura2024@gmail.com	Perempuan	22-25
27	Chantika	Nurchantika51@gmail.com	Perempuan	18-21

28	Maritza Shafira Kurniasari	shafiramrtz05@gmail.com	Perempuan	18-21
29	Nilam	fatimahnlm3@gmail.com	Perempuan	18-21
30	Alinda Muti'Ah Prasasti	alindaprasasti164@gmail.com	Perempuan	18-21



28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5
29	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
30	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

No	MB1	MB2	MB3	MB4	MB5	MB6	MB7	MB8	MB9	MB0
1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
3	4	5	5	4	3	5	3	3	3	5
4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5
5	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3
6	5	5	4	4	3	3	4	3	3	5
7	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
9	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
10	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4
11	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5
12	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2
13	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5
16	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5
17	5	5	5	5	3	5	3	3	3	5
18	5	5	5	3	3	4	2	1	4	5
19	1	1	1	3	2	1	3	3	3	1
20	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
21	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	5	3	3	4	5	4	2	2	5
24	5	5	5	3	4	5	4	3	3	5

25	5	5	5	4	4	5	3	3	3	5
26	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	4	3	4	4	4	4	1	1	2
29	5	5	4	3	3	4	3	3	3	2
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5



Lampiran 4: Pengujian Validitas

Variabel X

Variabel Y

Component Matrix^a

Component Matrix^a

Component		Component	
1		1	
BA1	.975	MB1	.833
BA2	.845	MB2	.888
BA3	.897	MB3	.889
BA4	.943	MB4	.817
BA5	.960	MB5	.903
BA6	.959	MB6	.902
BA7	.965	MB7	.765
BA8	.963	MB8	.730
BA9	.971	MB9	.736
BA10	.970	MB10	.765
BA11	.668		
BA12	.946		

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Lampiran 5: Pengujian Reliabilitas

Variabel X

Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.983	12

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	10

Lampiran 6: Coefficient

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.820	.359		2.281	.030		
	<i>Brand ambassador</i>	.741	.080	.869	9.292	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Lampiran 7: Run Test

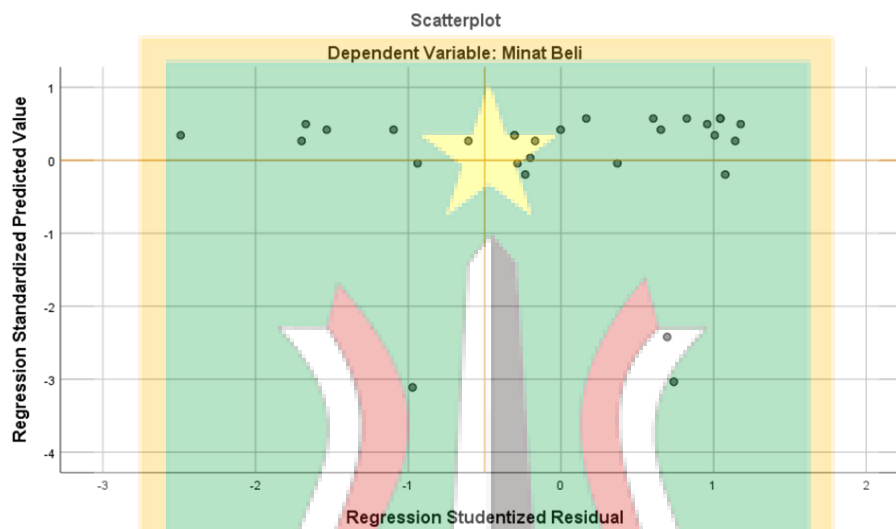
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.03737
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	15
Total Cases	30

Number of Runs	19
Z	.929
Asymp. Sig. (2-tailed)	.353

a. Median

Lampiran 8: Scatter Plot

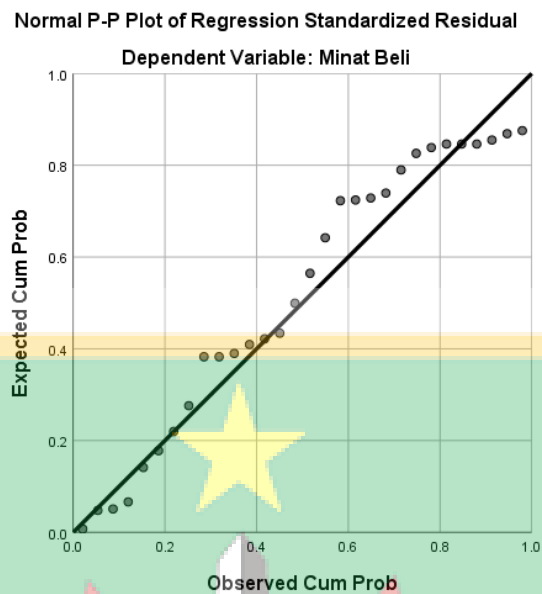


Lampiran 9: Coefficient (Metode Glejser)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.234	.196		1.194	.243
	BA	.032	.044	.139	.741	.465

a. Dependent Variable: RES_2

Lampiran 10: PP Plot



Lampiran 11 : Model Summary (Koefisien Determinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 ^a	.755	.746	.46620

a. Predictors: (Constant), *Brand ambassador*