

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, & Ataei. (2022). Emotional attachment: a bridge between brand reputation and brand advocacy. *Asia-Pasific Journal of Business Administration, Emerald Publishing Limited*.
- Aryawan, A. B., & Valdez, M. A. (2023). Customer Engagement Dalam Membantu Keputusan Pembelian Spotless di Instagram @Madformakeup.co. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*.
- Asmarani, A., Wijayanti, M., & Kurniawan, D. (2024). Pengaruh Live Shopping, Discount, dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Tiktok Shop. *Publising Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 425-437.
- Bathi, R., & Verma, H. V. (2020). Antecedents of customer brand advocacy: a meta-analysis of the empirical evidence. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Cantika, D. A., & Ismunawan. (2024). Determinasi Harga Saham pada Perusahaan Sektor Transportasi dan Logistik yang terdaftar di Bei Tahun 2021-2023. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*.
- circlechart. (2021-2024). *Album Chart*. Retrieved from Circle Chart: <http://www.circlechart.kr>
- CNN, I. (2021-2023). *Daftar Lengkap Pemenang MAMA Awards*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/>
- Das, S., Kumar, K. S., & Ahmad, A. (2024). In *FOUNDATIONS OF MARKETING MANAGEMENT* (p. 2). Alpha International Publication.
- Galang, T. (2021). PENGARUH YOUTUBE BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim).
- Ghozali, P. H. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Universitas Diponegoro.
- Ginting, M., & Haloho, E. (2021). PENGARUH KETERLIBATAN PELANGGAN DAN PEMASARAN SOSIAL MEDIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI LIM'S CAFÉ KISARAN. *Jurnal TEKESNOS*.

- Gusnadi, Efendi, & Apriyana. (2024). ANALISIS BRAND HATE TERHADAP BRAND AVOIDANCE PADA MEREK STARBUCKS KONTEKS ISSUE ISRAEL - PALESTINA. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 266.
- Hendriyani, I. G. (2024, August 20). *siaran-pers-menparekraf-sebut-ekonomi-kreatif-sebagai-masa-depan-indonesia*. Retrieved from <https://kemenparekraf.go.id>: <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-sebut-ekonomi-kreatif-sebagai-masa-depan-indonesia>
- Juwita, S. H. (2018). TINGKAT FANATISME PENGGEMAR K-POP DAN KEMAMPUAN MENGELOLA EMOSI PADA KOMUNITAS EXO-L DI KOTA YOGYAKARTA.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education Limited.
- Khamwon, A., & Pathchayapanuchat, N. (2020). SERVICE QUALITY, CUSTOMER EXPERIENCE QUALITY, BRAND LOVE, AND BRAND ADVOCACY: A CASE OF COUNTER BRAND COSMETIC. *International Journal of Business and Economy*.
- Kotler, Keller, & Cherniv. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing, Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Maulani. (2022). Pengaruh Brand Personality Dan Brand Love Terhadap Brand Advocacy Pada Reviewers Kosmetik Wardah, Emina, dan Make Over Di forum Female Daily. 35.
- Maulani, M. (2022). Pengaruh Brand Personality dan Brand Love Terhadap Brand Advocacy Pada Reviewers Kosmetik Wardah, Emina, Make Over Di Forum Female Daily. 8-35.
- Muslimah, M. A. (2021). HUBUNGAN GENDER DALAM CELEBRITY WORSHIP. 19.
- Noval, R., & Sanarsi, D. (2024). Pengaruh Pelatihan dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Eka Mas Republik Tangerang Selatan. *Anthronomics: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Paopan, N. (2021). The Casual Relationship Models Between Customer Experience and Brand Advocacy of Thailand's Cosmetics Industry. . *Journal of the Association of Researchers*.

- Purbohastuti, A. W. (2021). EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET. *Jurnal Sains Manajemen*, 3.
- Rachbini, W. (2023). The Power of Social Media Marketing, Innovativeness, and Customer Engagement Strategies in Building Brand Advocacy through Brand Reputation in Full-Service Airlines. *International Journal of Management Studies and Social Science Research* .
- Rafdinal, Juniarti, & Ardianti. (2023). *Perkembangan Hallyu di Indonesia: Pemasaran Budaya Korea Selatan Melalui K-Drama dan K-pop*. Jawa Timur: CV. Dewa Publishing.
- Rahman, R. A., & Saroyo. (2024). Pengaruh Penempatan Kerja Terhadap Produktifitas Karyawan Operation Department Pada Perusahaan PT Widya Sapta Contractor Kabupaten Barito Timur. *JAPB : Jurnal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*.
- Rahmawati, & Riyanto. (2023). Pengaruh Brand Personality, Brand Love dan Brand Image Terhadap Brand Advocacy. *ARBITRASE: JOURNAL OF ECONOMICS AND ACCOUNTING*.
- Raini. (2024, Juni 11). *Perbedaan Ranking NCT Pada Brand Reputasi Sebelum dan Sesudah Gerakan Boikot Bikin Kaget, Tak Masuk 30 Besar?*
Retrieved from Kpop Chart: <http://www.kpopchart.net>
- Ramadhani. (2024). Perilaku Komunikasi Penggemar NCT dalam Aplikasi Bubble LYSN.
- Revindo, M. D., Iskandar, S. D., Arrafif, N. Z., & Dewi, C. E. (2024, Maret 4). 5 Subsektor Ekonomi Kreatif dengan Pertumbuhan Tertinggi. Retrieved from lpem.org: <https://lpem.org/data-visualizarion/5-creative-economy-subsectors-with-the-highest-growth/>
- Sa'di, & Suyanto. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Perilaku Konsumen Terhadap Volume Penjualan Treadmill Pada CV. GAF Tridaya Mandiri. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*.
- Sahir, S. H. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. KBM INDONESIA.
- Sekarningtyas, & Usman. (2023). Brand Allignment Targeting againts the Needs of Gen-Z Consumers to Improve Brand Identity and Brand Advocacy. *Almana*.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior; Buying, Having, and Being 13th Edition*. Pearson Education.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (p. 8). ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (p. 35). ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (p. 39). ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.
- Surya, I. (2024, January 8). *SEVENTEEN dan NCT Dream Disebut - sebut Saingan Kuat, Saling Menghindar di Acara Penghargaan?* Retrieved from kpopchart.net: <https://www.kpopchart.net/k-update/amp/91611444471/seventeen-dan-nct-dream-disebut-sebut-saingan-kuat-saling-menghindar-di-acara-penghargaan>
- Syahputra, & Aslami. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Market Kreatif Jurnal*.
- Wilk, V., Soutar, G. N., & Harrigan, P. (2021). Online brand advocacy and brand loyalty: a reciprocal relationship? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Winell, E., Nilsson, J., & Lundberg, E. (2023). Customer engagement behaviors on physical and virtual engagement platforms. *Journal of Services Marketing*.
- Yusuf, Haryoto, Husainah, & Nuraeni. (2023). *Teori Manajemen*. Koto Baru.