

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset komunikasi - Google Books. In Jakarta:KENCANA.

Sumber Jurnal:

Asul Wiyanto. (2002). *Terampil Bermain Drama*. Grasindo.

Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3, 14–34. <https://osf.io/preprints/inarxiv/tc2fe/>

Fitri, D. A. (2019). Pengaruh Drama Korea Terhadap Karakter Mahasiswa Pa. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2(9), 1689–1699.

Gultom, T. M., & Kriestian NAN, A. (2016). Pengaruh Penempatan Produk Dan Kesesuaian Iklan Pada Minat Beli Yang Dimoderasi Sikap Merek Di Advergames. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 79. <https://doi.org/10.23917/benefit.v1i1.2368>

Kim, B. (2015). Past , Present and Future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 154–160.

Lolang, En. (2014).) yaitu hipotesis yang akan diuji. Biasanya, hipotesis ini merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu. *Jurnal Kip*, 3(3), 685–696.

Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>

Nawawi, M. I., Anisa, N., Syah, N. M., Risqul, M., Azisah, A., & Hidayat, T. (2021). Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama) terhadap Motivasi Belajar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4439–4447. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1201>

Sapma Apriliana, N., & Priyo Utomo, E. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 179–190.

<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art5>

Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.

Williams, K., Petrosky, A., Hernandez, E., & Page, R. (2011). *Product placement effectiveness. Journal of Management and Marketing Research*, 1–24.
<http://www.aabri.com/manuscripts/10712.pdf>

