

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, N. (2022, Mei 15). *Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat*. Retrieved from GoodStats: <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>
- Anggeliana, D., Alif, M. G., & Pangaribun, C. H. (2021). The Effectiveness of Gojek's Product Placement in Keluarga Cemara Movie towards Purchase Intention. *Journal Of Business, Management, and Social Studies*, 1(1), 56-68.
- Annur, C. M. (2023, Januari 31). *Indonesia Mendominasi Jumlah Penduduk di Asia Tenggara, Berapa Besarnya ?* Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/indonesia-mendominasi-jumlah-penduduk-di-asia-tenggara-berapa-besarnya>
- Belch, G., & Belch, M. (2021). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Budiono, S., Purba, J. T., & Adirineksi, G. P. (2021). Measurement of Purchase Intention through Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Loyalty: An Experience from Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 6(2), 339-346.
- Clive, K. D., Lopian, J., & Maria V. J., T. (2022). Menjelajahi Efektivitas Penempatan Produk Dalam Film dan Acara TV Terhadap Keputusan Pembelian di Manado. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1219-1226.
- Compas. (2022, November 1). *Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-Commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp 10 Miliar*. Retrieved from Kompas: <https://kompas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>
- Cuomo, M. T., Foroudi, P., Tortora, D., Hussain, S., & Melewar, T. (2019). Celebrity Endorsement and the Attitude Towards Luxury Brands for Sustainable Consumption. *Sustainability*, 1(2) 1-21.
- Dewi, R. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *eJournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 409-423.
- Dimasakti, D. B., & Hussein, A. S. (2020). Pengaruh Product Placement Samsung Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Penonton Music Video "Kill This Love" oleh Blackpink di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 8(2).
- Efrilla, A. (2022, September 6). *Produk Sacrllett Whitening by Felicya Angelista Debut di Drama Korea*. Retrieved from cewekbanget.id: <https://cewekbanget.grid.id/read/063462284/produk-scarlett-whitening-by-felicya-angelista-debut-di-drama-korea?page=all#:~:text=Produk%20Scarlett%20muncul%20di%20episode,lok>

- al%20di%20dalam%20drama%20tersebut.&text=Terlihat%20aktris%20Kim%20Sejeong%20mengg
- Emilia, Chan, A., & Tresna, P. W. (2021). The Influence of Product Placement on Brand Awareness of Ellips Hair Vitamin on Indonesia's Next Top Model Youtube Channel. *Jurnal Inovasi Bisnis* 9, 9(2), 93-100.
- Fahlevi, S. I. (2022, Juli 30). *Drama Big Mouth dan Today's Webtoon Tayang Perdana, Bersaing Sengit Raih Rating*. Retrieved from celebrities.id: <https://www.celebrities.id/read/drama-big-mouth-dan-today-s-webtoon-tayang-perdana-bersaing-sengit-raih-rating-63q9Ex#:~:text=Today's%20Webtoon%20juga%20membuat%20awal,%20Dra ta%201%2C8%20persen>.
- Faragita, F. S., Pujiyanto, A., & Nasution, U. C. (2022). Pengaruh Product Placement dan Brand Awareness Kopiko Pada Drama Korea Vincenzo Terhadap Minat Beli di Surabaya. *Seminar Nasional 2022 "Transformasi Digital Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Pasca Pandemi*, 1(1), 11-15.
- Febriyantoro, M. T. (2020). Exploring Youtube Marketing Communicatio: Brand awareness, brand image and purchase intention in the millennial generation. *Cogent Business and Management*.
- Galingging, S. L., & Budiman, A. (2022). Strategi dan Dimensi Product Placement Permen Kopiko Pada Drama Korea (Study Pada Serial Drama Televisi Korea Vincenzo). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 2851-2864.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, M. Z., & Keni. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Purchase Intention Pada Produk Kecantikan Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 254-259.
- Harsono, S., & Widjanarko, G. L. (2019). Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Terhadap Kualitas dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Vario di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 19-35.
- Indrojarwo, B. T., & Abdulloh, A. S. (2020). Perancangan Destination Branding Kawasan Cagar Budaya Trowulan sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 9(2), 304-311.
- Iskandar, D. A., & Halim, N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli. 4(3), 415-424.
- Japariyanto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 35-43.
- Joan, V. (2021, Januari 15). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. Retrieved from Kompas: <https://kompas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>
- Juliana, S., & Sihombing, S. (2019). Pengaruh Penempatan Produk dan Kesadaran Merek terhadap Niat Membeli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 19-34.

- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada J.CO Donuts & Coffee Semarang. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, 7(3), 1-7.
- Laia, T. A. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen di UD. Mitra Kecamatan Amandraya Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5(1), 99-110.
- Mahdi, M. I. (2022, Maret 2). *Pendapatan Produk Kecantikan di Indonesia Diproyeksi Terus Naik*.
- Mardha, C. A., & Lailiyah, N. (2019). Hubungan Prominence of Product Placement dan Placement Modality dengan Placement Recall di Serial Drama Korea 'Goblin'. *Interaksi Online*, 7(4), 1-10.
- Maulana, Y. S., & Alisha. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Jurnal Inovasi Bisnis* 8, 8(1), 86-91.
- Meidiandi, A. R., & Nugrahani, R. U. (2022). Pengaruh Product Placement Kopiko Pada Drama Korea Vincenzo Terhadap Respon Khalayak. *e-Proceeding of Management*, 9(2), 1067-1072.
- Natasha, A. D., & I. Z. (2022). Pengaruh Product Placemen Kopiko Blister Pack Dalam Drama Korea Vincenzo Terhadap Minat Beli Followers Twitter @Kdrama\_Menfess. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 81-95.
- Neale, M., & Corkindale, D. (2022). Make Product Placement Work For You : Get Less Exposure. *Business Horizons*, 65(2), 149-157.
- Novrian, A., & Rizki, M. F. (2021). Integrated Marketing Communication Kedai Sodare Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 9(1).
- Pancaningrum, E., & Ulani, T. (2020). The Effet of Product Placement on Customer Interests in Mediation by Brand Awareness. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 115, 3(2), 177-182.
- Pramesthi, J. A. (2021). Product Placement Indomilk pada Video Tokopedia x BTS dan Pengaruhnya terhadap Sikap Audiens. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(1), 44-65.
- Priana, J. R. (2019). Pengaruh Iklan "Introduction : Jo & Jek" di Youtube Terhadap Brand Awareness. *Journal of Entrepreneurship Management and Industry*, 2(4), 113-225.
- Purnomo, N. (2022). The Effect of Product Placement on Purchase Intention with Brand Awareness as a Mediation Variable (Study on Cimory Products in Youtube Content). *Proceedings of the 1st International Conference on Environmental Health, Socioeconomic and Technology 2022*, 1(5), 76-87.
- Sagita, R. A., & Siswahyudianto. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 327-340.

- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286-290.
- ScarlettWhitening. (2021, April 20). *Scarlett Whitening by Felycia Angelista*. Retrieved from Scarlett Whitening: <https://scarlettwhitening.com/about-scarlett-whitening/>
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144-158.
- Steven, & Sudrajat, R. H. (2018). Pengaruh Product Placement Terhadap Brand Awareness "BMW" Pada Film Mission Impossible : Fallout. *Jurnal SCRIPTURA*, 8(2), 75-82.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan Word of Mouth dengan Brand Awareness Teh Kotak. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1), 1-12.
- Yasmin, A. H., & Saputri, M. E. (2019). Pengaruh Product Placement Pong's Age Miracle Terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention Pada Aplikasi Viu (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bandung). *e-Proceeding of Management*, 6(2), 4454-4459.
- Yunita, D., Nazaruddin, A., & Nailis, W. (2019). Pengaruh Youtube Advertising terhadap Brand Awareness dan Purchase intention. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7(1), 36-46.