

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek* (A. Ananda (ed.)). Mitra Utama.
- Adetiya, L., & Rahmawan, G. (2021). the Effect of Product Quality, Innovation and Price To Purchasing Decisions of Noolde Products. *International Journal of Multi Science*, 1(10), 60–70.
<https://multisciencejournal.com/index.php/ijm/article/view/141>
- Ahdiat, A. (2023). *Makanan dan Minuman Kemasan Kian Laris, Penjualannya Naik Tiap Tahun*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/26/makanan-dan-minuman-kemasan-kian-laris-penjualannya-naik-tiap-tahun>
- Amalia, N. (2023). *Semakin Marak Brand Ambassador Produk Lokal Oleh Artis atau Idol Luar Negeri*.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/06/20/semakin-marak-brand-ambassador-produk-lokal-oleh-artis-luar-negeri>
- Amalia, W. T., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2021), 2022.
- Anisa Yusuf, D., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Influence of Nct Dream'S Kpop Brand Ambassador and Product Quality on Purchase Decisions for Lemonilo Noodle Products in Manado. *Emba*, 10(3), 965–974.
- Assauri, S. (2014). Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan strategi. *Manajemen Pemasaran*, 12. <http://www.rajagrafindo.co.id>
- Baharudin, D., Armansyah, A., & Soebiantoro, U. (2023). *The Effect of Price Perception , Product Variations , and Brand Ambassador on Purchase Decisions of Aice Products in Gresik Regency*. 03(09), 1851–1856.
- Baihaky, S., Yogatama Ahmad Nizar, & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Fresh. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85.
<https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>
- Chandra, S. (2023). *7 Artis Korea yang Pernah Jadi Brand Ambassador Produk Makanan*. <https://www.popmama.com/life/health/sania-chandra/artis-korea-yang-pernah-jadi-brand-ambassador-produk-makanan?page=all>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Dewi, P. M., Budianto, A., & Kader, M. A. (2021). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap Korean Spicy Chicken (Suatu Studi pada Konsumen Produk Mie Korean Spicy Chicken di Indomaret Kelurahan Pataruman Kota Banjar)*. 3, 19–40.

- Esa, I., & Mas'ud, F. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick Di Kota Semarang. *Liquidity*, 10(2), 147–160. <https://doi.org/10.32546/lq.v10i2.1038>
- Fadli, Rivaldo, Y., Victor Kamanda, S., & Yusman, E. (2022). The Effect Of Products, Promotions And Prices On Mizon's Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2393–2399.
- Fakhrudin, A., Valeria, M., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. In *Bauran Pemasaran* (Vol. 3).
- Febriana, P. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laziza Chicken Dan Pizza Di Jambangan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 744–749.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Peneitain Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fiana, E. O., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan “Mie Gacoan” Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 3(2), 149–164. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/341>
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Prtial Least Square (PLS) Dilengkapi Software Smartpls 3.0 Xistat 2014 dan WarpPLS 4.0 Edisi 4* (4th ed.). Badan Penerbit - Undip.
- Grandhis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3), 237. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i3.8633>
- H. Ghozali, I., & L. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)-Third Edition*.
- Hasibuan, L. (2023). *Ramai Artis Korea Jadi Brand Ambassador di RI, Emang Efektif?* <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230215155653-33-414085/ramai-artis-korea-jadi-brand-ambassador-di-ri-emang-efektif>
- Imawan, N. A., & Suryaningsih, S. A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Perilaku Konsumtif, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ultra Milk (Studi Kasus Pada Young Consumer Muslim Penggemar Grup Itzy Di Indonesia). *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan Syari'ah*, 12(1), 271–285.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Juliadi, A., Aulia, M., & Ramadhani, S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador NCT Dream dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1334>

- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Jewelry Industry, Arab Economi and Business Journal*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing [Global Edition] by Philip Kotler Gary Armstrong*.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. c, & He, H. (2020). Principles of Marketing Eighth Europe Edition. In *Pearson education ltd* (Issue 8th edition).
- Kotler, P., & Keller, kevin L. (2016). Marketing management. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3).
<https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>
- Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson* (Vol. 53, Issue 9).
- Larasati, T. A., Amalia, N. R., & Mawardani, M. (2022). Pengaruh Idol Kpop sebagai Brand Ambassador , Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 403–413.
<https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/6069/2949>
- Lea-Greenwood. (2012). *Fashion Marketing Communications*.
https://books.google.co.id/books/about/Fashion_Marketing_Communications.html?id=oKtA71-oBlAC&redir_esc=y
- Lestari, R. I., Pudjoprastyono, H., Evanzha, E., & Amriel, Y. (2023). *The Influence of Brand Ambassadors , Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions for Mister Potato Snack Products in Surabaya*. 03(08), 1584–1588.
- Liya, I., Karmila, K., Budiono, H., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh hallyu wave, brand ambassador, brand image dan wom terhadap keputusan pembelian pada mie sedap selection korean spicy chicken. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26.
<https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7700>
- M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.
- Malonda, E. K., Massie, J. D. D., & Gunawan, E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Geprek Bendu di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19. *Emba*, 9(2303–1174), 4.
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1071(1), 012017. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1071/1/012017>
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh

- Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52. <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/52>
- Pratiwi, M., & Patrikha, F. (2021). Pengaruh gaya hidup, harga dan influencer terhadap keputusan pembelian di rumah makan se'I sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1417–1427. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41930>
- Pratminingsih, Sri Astuti Astuty, Eriana Mardiansyah, V. (2019). The influence of electronic word of mouth and brand image on buying decision. *Journal of Advanced Research in Dynamical & Control Systems, Vol. 11, 03-Special Issue, 11*.
- Purnama, basuki eka. (2022). *Survei: Mayoritas Responden Mengaku Ngemil untuk Tingkatkan Kesehatan Mental*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/humaniora/476694/survei-mayoritas-responden-mengaku-ngemil-untuk-tingkatkan-kesehatan-mental>
- Romadlon, C., & Effrisanti, Y. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo Pada NCTZen Kediri. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, Dan Manajemen)*, 7(1), 105–115.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*.
- Shafina, G. (2023). *Makanan Tradisional Khas Indonesia Dominasi Selera Anak Muda*. <https://data.goodstats.id/statistic/gammashafina/makanan-tradisional-khas-indonesia-dominasi-selera-anak-muda-x5398>
- Siahaan, A. C., Ginting, M., & Br Ginting, L. T. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea di Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 80–91. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.958>
- Siskhawati, L., & Maulana, H. A. (2021). The Influence of Brand Ambassador And Korean Wave on Purchase Decision For Neo Coffe Products. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24, 1–7.
- Siyoto, S., & Sodik, A. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Subiyakto, G., & Nadiani, Z. P. (2022). Pengaruh brand ambassador, brand association dan brand loyalty terhadap keputusan pembelian Neo Coffee. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5539–5551. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2048>
- Suciati, F. (2023). *NCTzen Siap Jajan, NCT Dream Jadi Bintang Iklan Merek Snack Lokal Indonesia*. <https://yoursay.suara.com/entertainment/2023/06/05/133150/nctzen-siap-jajan-nct-dream-jadi-bintang-iklan-merek-snack-lokal-indonesia>

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 17–28.
<http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/125>
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582.
<https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.