

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijayantini, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 186–196.
- Agustini, Bakti, R., & Olinfia, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Iklan dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE GICI Depok). *Jurnal Kewarganegaraan* , 6(2), 3937–3951.
- Aliryanti, W. B., & Roosdhani, M. R. (2024). Pengaruh Perceived Quality, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Study Pada Konsumen Di Kabupaten Jepara). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 13(1), 92–106.
- 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(4), 1227–1236.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran. Konsep, Dasar, dan Strategi*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Azizy, A. R., Arifin, R., & Sholehuddin, S. (2024). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, dan Klaim Logo Tasya Farasya Approved Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Generasi Z Di Kecamatan Sidoarjo. *E–Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 4176–4185.
- Binus.ac.id. (2024, August). *Brand Image dalam Mempengaruhi Persepsi Konsumen*. Binus.ac.id. <https://binus.ac.id/bandung/2024/08/brand-image-dalam-mempengaruhi-persepsi-konsumen/>
- Bpskotasurabaya. (2024, April 22). *Gen-Z Mendominasi Penduduk di Kota Surabaya*. Instagram.com. https://www.instagram.com/p/C6DN7bbPS-d/?utm_source=ig_web_button_share_sheet&img_index=1
- Brikorea.com. (2024, September). *Rookie Idol Group Brand Reputation September Ranking*. Brikorea.com. <https://brikorea.com/rk/new2409>
- Cahyani, P. R., & Mubarok, D. A. A. (2024). Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Oatside Di Kota Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 899–911. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2119>
- Chandra, A. P., & Santoso, T. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Mini Melts Surabaya. *AGORA*, 7(1), 1–5.

- Cimbniaga.co.id. (2024, May 3). *Segmentasi Pasar dan Manfaatnya yang Menguntungkan Bisnis*. Cimbniaga.co.id.
<https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/segmentasi-pasar-manfaat-jenis-dan-tahapannya>
- CNN Indonesia. (2023, August 1). *SM Perkenalkan 7 Member RIIZE, Siap Debut September 2023*. CNNIndonesia.com.
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230801111757-227-980345/sm-perkenalkan-7-member-riize-siap-debut-september-2023>
- Compas.co.id. (2022, April 13). *Andalan Keluarga, Biskuit Roma Memimpin Sales Volume Brand Biskuit Kue Kering di E-Commerce*. Instagram.com.
<https://www.instagram.com/reel/CcSDZ8CrYv2/?igsh=MTJoNzF0OHFobzBpZA%3D%3D>
- Compas.co.id. (2024, June 19). *Peta persaingan Brand Lokal vs Brand Global dalam kategori Makanan dan Minuman di E-commerce*. Instagram.com.
https://www.instagram.com/p/C8Ze-omy7ny/?igsh=MWozODljOW44NWh5MA%3D%3D&img_index=1
- Databoks.katadata.co.id. (2023, March). *Daftar Merek Kue Kaleng Terpopuler di Indonesia, Khong Guan Juara*. Databoks.katadata.co.id.
<https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/8be1f54782599e6/daftar-merek-kue-kaleng-terpopuler-di-indonesia-khong-guan-juara>
- Efendi Nasrul, Lubis, T. W. H., & Ginting, S. O. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197–215.
<https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626>
- Facey, R., Rehatta, G., & Sinay, F. R. (2024). The Influence of Product Layout on Purchasing Decisions at Alfamidi Minimarket Depok Lima, Desa Poka, Teluk Ambon District. *Jurnal Jendela Pengetahuan*, 17(3), 456–467.
<https://doi.org/10.30598/jp17iss3pp456-467>
- Fadila, D., Wahab, Z., Isnurhadi, & Widiyanti, M. (2021). How to Cite The Effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Product Quality on the Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University Students). *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 182–189.
<https://doi.org/10.31295/ijss.v4n1.1657>
- Faizah, O. A., Suparti, & Hoyyi, A. (2021). Analisis Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Platform Shopee Dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Gaussian*, 10(3), 423–434.
- Fajrin, N., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Price, Brand Equity, Brand Ambassador, Positioning Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 8(3), 11–23. www.fe.unisma.ac.id

- Farichin, M. N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Idol K-Pop, Sales Promotion, dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Produk OREOxBLACKPINK. *JURILMA: Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(1), 25–33.
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific.” *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265–282. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.860>
- Firmansyah, A. M. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Deepublish.
- Garut, A. G., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 657–663.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google Trends. (2025). *Google Trends “Richeese Nabati.”* Trends.google.com. <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=ID&q=Richeese%20Nabati&hl=id>
- Haque, M. H., Dermawan, R., & Amriel, E. E. Y. (2024). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Luwak White Koffie di Surabaya dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 4004–4014. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4178>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. CV. Eureka Media Aksara.
- IDNtimes.com. (2022). *Indonesia Gen Z Report 2022*. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2022.pdf>
- Infobrand.id. (2021, March 31). *Mengenal Wafer Richeese Nabati dan Restoran Richeese Factory yang Ternyata Saudara Kandung*. Infobrand.Id. <https://infobrand.id/mengenal-wafer-richeese-nabati-dan-restoran-richeese-factory-yang-ternyata-saudara-kandung.phtml>
- Irawanti, G. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan. *Profit : Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 182–192.
- Janah, M., & Sudrajat, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 1423–1437.

- Jusuf, D. I. (2021). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Andi.
- Kamalia, K., & Sukri, S. Al. (2024). Pengaruh Brand Image, Fashion Lifestyle Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 3(2), 44–52.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson Education.
- Kemenkeu.go.id. (2022, October 31). *Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia*. Kemenkeu.go.id. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalu/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html>
- Kontan.co.id. (2024, May 20). *Produsen Wafer Terlaris di Dunia, Nabati Bawa RIIZE ke Jakarta*. Kontan.co.id. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/produsen-wafer-terlaris-di-dunia-nabati-bawa-riize-ke-jakarta>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing, 8th European Edition* (8th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vols. 1 & 2). PT. Indeks.
- Krisna, M. (2023, October 31). *Jangan Sampai Salah Pilih Brand Ambassador, Ketahui Caranya di Sini!* Weefer.co.id. <https://www.weefer.co.id/2023/10/brand-ambassador/>
- Kumparan.com. (2024, June 8). *Nabati Gelar Acara Meet and Greet, Pertemuan RIIZE dan BRIIZE Indonesia*. Kumparan.com. <https://kumparan.com/kumparanfood/nabati-gelar-acara-meet-and-greet-pertemuan-riize-dan-briize-indonesia-22tlkalHD4D/1>
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth (E- Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73–91.
- Lombok, E. V. V., & Samadi, R. L. (2022). The Effect Of Brand Image, Brand Trust And Digital Marketing On Consumer Purchase Decisions On Emina Products (Case Study At Sam Ratulangi University Students). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953–964.
- Maharani, O., Aqmal, D., Pakarti, P., & Hariyadi, G. T. (2024). Peran Brand Ambassador, Brand Image Dan Viral Marketing Pada Minat Beli Konsumen

- Produk Skincare Scarlet Twhitening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 2161–2185.
- Maharani, R. A., & Achmad, N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bening's Skincare Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 1037–1052. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1529>
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238.
- Manajemen.umsida.ac.id. (2024, August 22). *Membangun Brand Image: Pahami 3 Strategi dalam Penjualan*. Manajemen.umsida.ac.id. <https://manajemen.umsida.ac.id/membangun-brand-image-dalam-penjualan/>
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, E. P. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- McKinsey & Company. (2020, August 4). *Meet Generation Z: Shaping the future of shopping*. Mckinsey.com. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/meet-generation-z-shaping-the-future-of-shopping#/>
- Mondelezinternational.com. (2021). *How The World Snacks Report 2021*. https://www.mondelezinternational.com/assets/stateofsnacking/HowTheWorldSnacks_2021.pdf
- Muslikhun, A., Jayus, J., Sholeh, K., Ali, A. A., & Mubarak, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Cat Nippon Paint Wilayah Kota Semarang Pasca Pandemi Covid 19. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 3(1), 71–85. <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe>
- Nabati Official Store Shopee. (2024). *Nabati Official Store*. Shopee.co.id. <https://id.shp.ee/53wT5Sa>
- Nabatigroup.com. (2022). *Kaldu Sari Nabati Indonesia*. Nabatigroup.com. <https://www.nabatigroup.com/unit-bisnis/kaldu-sari-nabati-indonesia-2/>
- Nabati_id. (2024a, July 29). *Jelajahi Richeese Land Bersama RIIZE*. Instagram.com. <https://www.instagram.com/p/C-AKFhFPjBZ/?igsh=a3A5enMyMjV6N2F2>
- Nabati_id. (2024b, August 5). *Beli Nabati Ketemu RIIZE Review & Win Competition*. Instagram.com. https://www.instagram.com/p/C-SLp03vbMX/?igsh=MXBwMWwzM2N6cWc2dQ%3D%3D&img_index=1

- Nofiana, L., & Wardani, R. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nabati Siip Pada Pt. Pinus Merah Abadi Di Sampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 9(2), 127–137.
- Nurasmi, & Andriana, A. N. (2024). Pengaruh Peran Beauty Vlogger, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4901–4920. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image Tokopedia Periode 2021. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 10(1), 166–174.
- Ocbc.id. (2022, April 11). *Pangsa Pasar adalah: Pengertian, Manfaat, dan Cara Menghitung*. Ocbc.id. <https://www.ocbc.id/id/article/2022/03/11/pangsa-pasar-adalah>
- Pancaningsih, R., Fadila, S., Baaq, S. H., Saryadi, & Suyatno, A. (2023). Pengaruh Chanyeol EXO Sebagai Brand Ambassador Dan Perilaku Konsumtif Fans EXO Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 3(1), 27–33.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 14(1), 16–23.
- Purnomo, N., & Rosyidah, F. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Ms Glow. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1145–1157.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putri, M. O., & Sabardini, E. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Kasus Produk Skincare Whitelab Pada Masyarakat Di Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 1–10.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4), 744–752.
- Ramayanti, D., & Rizka, A. R. (2020). Strategi Branding Panti Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Strategi Branding Unit Informasi dan Layanan

- Sosial Meruya). *NARADA: Jurnal Desain & Seni*, 7(2), 157–168. <https://doi.org/10.2241/narada.2020.v7.i2.002>
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Robi, M., Kusnandar, D., & Sulistianingsih, E. (2017). Penerapan Structural Equation Modeling (SEM) Untuk Analisis Kompetensi Alumni. *Buletin Ilmiah Math. Stat. Dan Terapannya (Bimaster)*, 6(2), 113–120.
- Roesdian, Y. O., & Budiarti, L. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Idol K-Pop Dan Brand Image Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Siswa Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee Di SMA Negeri 3 Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 129–132.
- Rohim, Abd., & Asnawi, N. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Oleh Brand Image (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 867–878. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rohmah, K., & Badi', A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Pada Toko Roti Merah Delima Kediri Marketing Strategy Analysis in Facing Market Competition At the Merah Delima Bakery Kediri. *Jurnal At Tamwil*, 2(2), 218–236. <http://ejournal.iaitribakti.ac.id/index.php/perbankan>
- Salamah, M., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Peran Social Media Marketing, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Madame Gie Di Kab. Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2686–2703. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.894>
- Sari, D. I., & Hasyim. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Pelayanan Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(6), 6–20.
- Sasiang, H. E., Ali, A., & Ruma, Z. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IJRE: Indonesian Journal of Research in Economy*, 1(3), 150–157.
- Shaleha, W. M., & Kolewora, R. K. (2023). Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Ecotechnopreneur : Journal Economics, Technology And Entrepreneur*, 2(3), 119–129. <https://doi.org/10.62668/ecotechnopreneur.v2i03.755>
- Shofia, R., & Soebiantoro, U. (2023). Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kopi Nescafe di Kabupaten Mojokerto. *Jurnal E-Bis:Ekonomi Bisnis*, 7(2), 682–692. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1359>

- Sinurat, R., & Sinurat, J. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedap Di Desa Medan Estate. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 191–197.
- Sirait, N. C. S., Sulaiman, F., & Arif, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Niat Beli Konsumen Scarlett di Gereja Polonia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(2), 425–436. <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/zhttps://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanagez>
- Siregar, I. N. P., & Natalia, E. (2018). Pengaruh Merek Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk DVD Player Elecor Pada PT. Cakrawala Elecorindo Medan. *NIAGAWAN*, 7(2), 80–89.
- Statista.com. (2024, December). *Snack Food - Indonesia*. Statista.com. <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/confectionery-snacks/snack-food/indonesia#revenue>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Surbakti, L. M. C., Tumbel, A. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2025). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Ultra Milk X Stray Kids di Manado (Study pada Gen Z). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 13(1), 43–54.
- Suyatno, A., Arief, S., Asir, M., Abduh Anwar, M., & Dakhri Sanusi, M. (2023). Application Of Segmenting And Targeting Strategies In Improving Marketing Performance: Literature Review Penerapan Strategi Segmenting Dan Targeting Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran: Literatur Review. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(2), 1598–1609.
- Syamsurizal, & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima. *BRAND: Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(2), 177–183.
- Tampubolon, A., & Adlina, H. (2023). Pengaruh Brand Image, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Konsumen Mie Gacoan Medan). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 367–374. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi Offset.
- Top Brand Award. (2024). *Hasil Komparasi Brand Kategori : Makanan Dan Minuman Sub Kategori : Wafer*. Topbrand-award.com. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=23&tahun_awal=2020&tahun_akhir=2024&brand1=Beng-

beng&brand2=Nissin&brand3=Richeese%20Nabati&brand4=Selamat&brand5=Tango

- Topbrandaward. (2024, January 8). *Wafer Paling Dicintai Masyarakat Indonesia (TBI 2024)*. Instagram.com. <https://www.instagram.com/p/C11qigrRAWU/?igsh=MzcweHp6NjM1aDNn>
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 140–154.
- Unisbank.ac.id. (2024, April 15). *Pentingnya Konsistensi Branding di Seluruh Platform Media Sosial*. Unisbank.ac.id. <https://www.unisbank.ac.id/v3/pentingnya-konsistensi-branding-di-seluruh-platform-media-sosial/>
- Varley, R., Roncha, A., Radclyffe-Thomas, N., & Gee, L. (2018). *Fashion Marketing Communications: A Strategic Approach*. Bloomsbury Publishing.
- Wardani, A. A. K., & Istiyanto, B. (2022). Peran Brand Ambassador, Brand Image, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Co-Branding Samsung X BTS). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 551–557.
- Wardani, I., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 1114–1124. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.1357>
- Widiyawati, W., & Siswahyudianto. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 356–366.
- Wulandari, C. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo F3 Di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 3(4), 1–15.
- Zahra, F., Rianto, M. R., Woestho, C., Bukhari, E., & Widjanarko, W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 598–616.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.