

DAFTAR PUSTAKA

- Amin AM, Yanti RF. Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST J Inov Bisnis dan Akunt.* 2021;2(1):1-14.
- Ananda HN, Arpandy GA, Ariani L. Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Penggemar Pembeli Merchandise Jaemin NCT Dream. *J Psikol.* 2024;1(4):17.
- Andarista F, Santi Hariyani D, Ula Ananta Fauzi R. Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *J Curr Res Bus Econ.* 2022;01(02):36-44.
- Diawati P, Putri RR, Sugesti H, Hakim L, Farizki R. Pengaruh brand ambassador dan viral marketing terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen marketplace. *JPPI (Jurnal Penelit Pendidik Indones.* 2021;7(4):560.
- Ferdiana Fasha A, Rezqi Robi M, Windasari S. Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *J Manaj Pendidik Dan Ilmu Sos.* 2022;3(1):30-42.
- Handayani MRDY. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Promosi di Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beauty Produk Skincare Bening's Di Kota Surabaya. *EKONIKA J Ekon Univ Kadiri.* 2022;7(2):334.
- Huslaili M, Isyanto P, Sumarni N, Buana U, Karawang P. The Influence Of NCT 127 Brand Ambassadors And Brand Image On The Impulsive Buying Behavior Of Nature Republic Products On NCT 127 Fans On Social Media Twitter.

Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Dan Brand Image Terhadap Perilaku Impulsive Buying Produk Nat. *Manag Stud Entrep J.* 2023;4(5):7807-7817.

Irzani NFA, Masruroh A, Roikhan MR. Efektivitas Nct Dream Sebagai Brand Ambassador Produk Somethinc Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen. *JKOMDIS J Ilmu Komun Dan Media Sos.* 2022;2(2):254-259.

Kamilla WF, Bestari DKP. Pengaruh Popularitas Nct Dream sebagai Brand Ambassador dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Mie Lemonilo (Studi pada Masyarakat di Kota Bandung). *JlIP - J Ilm Ilmu Pendidik.* 2022;5(9):3701-3708. doi:10.54371/jiip.v5i9.855

Mawakhiro S, Dwiridotjahjono J. Pengaruh Nct Dream Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Impulsive Buying Behaviour Pada Konsumen Produk Mi Instan Lemonilo DiKota Surabaya. *SEIKO J Manag Bus.* 2023;6(2):345-359.

Mutiara Prihandani S, Tjahjaningsih E. Pengaruh Kepercayaan Merek dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Semarang). *J Ilm Manaj Bisnis Dan Inov Univ Sam Ratulangi.* 2022;9(2):463-476.

Naura Sabrina G, Agustian D, Amatullah Gaida F, Wanandi B. Pengaruh Group NCT Dream sebagai Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemonilo pada Komunitas NCTZen. *J Potensial.* 2023;2(1):19-25. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>

Nur Rahma A, Firdaus V, Komala Sari D, Muhammadiyah Sidoarjo U. the Influence of Brand Ambassador, Brand Image, and Price on Purchase Decisions on

Skincare Product Consumer Scarlett Whitening in Sidoarjo City.

COSTING Journal Econ Bus Account. 2024;7(2):3275-3292.

Nur V, Trisnalia S, Farida SN. Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image , dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention : Studi pada Konsumen Produk Tostos X NCT Dream di Surabaya

Purwati A, Cahyanti MM. Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA J Ilm Ekon Kita*. 2022;11(1):32-46.

Puspitasari N, Aphrodite N, Sulaeman E. Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *War Dharmawangsa*. 2023;17(1):302-314.

Salsabila AA, Hendrarini H, Nurhadi E. Content Marketing Instagram Untuk Mempertahankan Customer Retention Melalui Customer Engagement Pada Konsumen Produk Mie Instan Merek Lemonilo. *JAS (Jurnal Agri Sains)*. 2024;8(1):16-34.

Sintia A, Riyanto K. Pengaruh Brand Ambassador, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Arbitr J Econ Account*. 2023;4(1):18-22.

Udayana IBN, Octavian P. Pengaruh Nct Dream sebagai Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Perilaku Impulse Buying pada Produk Mie Instan Lemonilo. *Reslaj Relig Educ Soc Laa Roiba J*. 2022;5(3):874-888.
doi:10.47467/reslaj.v5i3.1686

Utami Listyanti N. The influence of customer relationship management (CRM) and brand image on NCT Dream album purchase decisions. *J Manag Sci*. 2024;7(1):386-392.

Yulinda AT, Rahmawati R, Sahputra H. Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Mantan Karyawan Kota Bengkulu). *EKOMBIS Rev J Ilm Ekon dan Bisnis*. 2022;10(2):1315-1326.