

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R. F., & Azizah, N. (2021). Peran Sikap terhadap Iklan dalam Memediasi Pengaruh Duta Merek terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(2), 300–315.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Azhari, S. P. (2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Repurchase Intention pada Situs Belanja Online Shopee (Studi pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>
- Hudiyah, I. F., Nisrina, S. J., Hidayat, R., & Kusumasari, I. R. (2024). Issn : 3025-9495. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9(8). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Kalumata, L. M. C. G., Mangantar, M. M., & Tumewu, F. J. (2024). The Influence of ENHYPEN as a Brand Ambassador and Electronic Word-of-Mouth (eWOM) on Purchase Decision Towards Nabati Products: A Study Among @nabati_id Instagram Followers. *Jurnal EMBA*, 12(03), 1405–1413.
- Kotler, Keller. 2012. *Marketing Management*. London: Person Education.
- Laraswati. (2023). *Efektivitas Han So Hee Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc*. Universitas Tidar.
- Li, K. (2023). AESPA: The Digital Music Era and Its Impact on Generation Z. *ICELA* 2022, 908–915. <https://doi.org/10.2991/978-2-38476-004-6>
- Marlin, K., Juniati, R. D., & Shobirin, K. (2023). Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Pada e-commerce Shopee. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(2), 21–28. <https://doi.org/10.31958/mabis.v3i2.10516>

- Oktavia, S. S., & Istiono. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific (Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 6(11).
- Ramadani, Z. F., Putri, D. M., Hidayat, R., & Kusumasari, R. I. (2024). Penerapan Teori Pengambilan Keputusan dalam Konteks Bisnis. *Musytari: Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9(7).
- Ramadhani, N. D., Setiabudi, D. D., & Puspasari, D. A. (2024). Pengaruh Artis K-Pop sebagai Duta Merek Makanan Ringan terhadap Persepsi Merek dan Minat Beli Konsumen. *Musytari: Neraca Manajemen, Ekonomi*, 12(7).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, Leslie Lazar. 2009. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta. ——. 2017. “Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D).” In *Metodelogi Penelitian*,.
- Syarlina, D. P., & Iman, A. N. (2020). Efektivitas Duta Merek NCT 127 pada Produk Skincare Nature Republic di Kalangan Penggemar NCT di Media Sosial Twitter. *JPRMEDCOM: Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal*, 1(2), 1–8.
- Wardhana, A. (2024a). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (M. Pradana (ed.)). Eureka Media Aksara. <https://infobrand.id/perilaku-konsumen-di-era-digital.phtml>
- Wardhana, A. (2024b). Proses Keputusan Pembelian Konsumen. In *Perilaku Konsumen di Era Digital* (pp. 103–122).
- Widiawati, Andi. 2017. “Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Penjualan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laundry 5Asec Cabang Makassar.” *Ilmiah BISNIS*6(2): 207–19. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/894889>.
- Yanti, M. N., Sadat, M. A., & Sari, D. A. P. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand

Image, dan Product Quality Terhadap Purchase Decision Produk Body Care di Jabodetabek. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 98–113. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.08>

Yendra, Zakaria, & Rasyid, H. Al. (2023). Reliability journal ilmu manajemen. *Reliability Journal Ilmu Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/10.55098/y6jwan45>