

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, R. H., & Damastuti, R. (2022). *Pengaruh Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Produk Kosmetik Somethinc*. KOMVERSAL : JURNAL KOMUNIKASI UNIVERSAL Volume 4 Nomor 2, 148-163.
- Amelia, S. R., Nisya, S. M. A., & Muzdalifah, L. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen*. Journal of Creative Student Research (JCSR), 1(1), 143–162.
- Bakti, U., Hairudin and Alie, M. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung*. Jurnal Ekonomi, 22(1), pp. 101–118. Available at: <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>.
- Brestilliani, L., & Suhermin (2020). *Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian*.
- Danielle (2021). *NCT DREAM Becomes Youngest Group To Reach Million-Seller Status With “Hot Sauce”*. <https://koreaboo.com/news/nct-dream-youngest-group-million-seller-hot-sauce/> Diakses pada 20 Januari 2025
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2021). *Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 219, 221–227.
- Fatimaningrum. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi, 1–13.
- Firmansyah, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kober Mie Setan di Kota Malang*. Management and Business Review, 3(2), 116-123. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, P. R., Abdillah, A., & Taryanto, T. (2022). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut*. Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, 3(2), 61. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.61-68>
- Justica, A., & Lestari, M. T. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Terhadap Brand Image Produk Nu Green Tea*. Jurnal E-Proceeding of Management, 8(3), 9. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15018>

- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. CV ANDI OFFSET.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management (15th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education
- Maulayanissa, M., Lestari, S. P., & Oktaviani, N. F. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador NCT Dream dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Snack Tostitos Tortilla Chips*. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 3(3), 139-150.
- Ma'sum, T. (2020). *Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan*. *Jurnal Intelektual: jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10(2), 133-153. <https://doi.org/10.33367/ji.v10i2.1243>
- Nancy, Goenawan, M. (2020). *Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Laneige Dalam Model VisCAP*, 8 No.2, 1–9.
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). *Pengaruh Promosi, Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc*. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302–314.
- Randi, H., Suharto, A., & Reskiputri, T. D. (2022). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador Dan Harga Pada Aplikasi Ruangguru Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sman 03 Jember*. *Budgeting: Journal of Business, Management and Accounting*, 4(1), 27 37.
- Riani, D. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Word of Mouth terhadap Minat untuk Berpindah Merek (Brand Switching) dengan Perceived Value sebagai Mediasi*. *Jurnal Jurusan Manajemen FEB Diponegoro*. Semarang.
- Salsabiela, F. H., Listyorini, S., & Purbawati, D. (2022). *Pengaruh Pemilihan Brand Ambassador dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Konsumen Kopi Lain Hati Wonosobo*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 504–513. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35361>
- Sania, U., Sabran, S., & Anggar Sari, N. (2022). *Apakah Brand Image Dan Brand Attitude Berpengaruh Terhadap Brand Equity?* *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 22(1), 30-43. <https://doi.org/10.53640/jemi.v22i1.10554>
- Simamora, B. (2022). *Decision, Intention, Expectation, Willingness, and Volition: Critics Comments*. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 29(1), 1- 15. <https://doi.org/10.46806/jep.v29i1.834>

- Situmorang, S. B., & Herdiansyah, H. (2022). *Brand Ambassador's Influence On Brand Image And Customer Purchasing Decisions*. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 64. <https://doi.org/10.33021/Wxp.V5i1.1589>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Sumarwan, Ujang dan Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor : PT Penerbit IPB Press
- Sunyoto, D. (2023). *Marketing & Anti-Marketing*. CV. Eureka Media.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Utami, N., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Remaja Kota Medan)*. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 41–46.
- Wijaya, I. G. B., & Dewi, N. N. D. (2022). *Pengaruh iklan dan brand image terhadap minat beli mie Lemonilo di Kota Mataram*. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(April), 59–68.
- Yolanda, Rilla. Harry Soesanto. (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 6