

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust*. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433-443.
- Aisyah, M. (2023). *The impact of a regional brand ambassador and social media advertising on brand trust and brand loyalty of Lazada in Indonesia*. *International Journal of Data and Network Science*, 7(4). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.6.019>
- Algazali, M., Dharmayanti, D., & Setyadi, Y. (2024). *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang/Repurchase Intention:(Studi Kasus Toko Sembako Albaros Solok)*. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(2), 459-476.
- Aliffa, S. P., & Wardani, S. (2025). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada J. Co Donuts & Coffee Ramayana Mall Kota Serang*. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 189-199.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). *Pengaruh kepercayaan dan ulasan produk terhadap minat beli ulang Emina pada official store Shopee di Kota Surabaya*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(2), 62.
- Asaro, A. K. (2025). *Preferensi Konsumen Gen Z terhadap Tren Customization dalam Produk Pakaian untuk Pengembangan Strategi Pemasaran*. *Journal Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan*.
- Aswar, N. F., Haeruddin, M. I. W., & Dharsana, M. T. (2025). *Pengaruh Artificial Intelligence Activities Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Experience Pada Pengguna Grab Food Delivery di Kota Makassar*. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 738-747.
- Atikah, N., Ariani, N., & Nastiti, H. (2020). *Analisis Preferensi Konsumen Produk Teh Celup*. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 236-251).
- Azwar, A., Dewi, R. A., & Murdiningrum, C. (2022). *THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PERCEPTION OF QUALITY AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS:(Case Study at the Consumer Center By Yu Tum Gunungkidul)*. *Upajiwa Dewantara: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat*, 6(2), 94-104.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). *Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: brand ambassador dan brand image*

- (*literature review manajemen pemasaran*). *Jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, 3(1), 30-42.
- Fauziyyah, A., & Khuzaini, K. (2025). *Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Purchase Decision Melalui Perceived Value (Studi Pada Pengguna iPhone di Kota Surabaya)*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 14(3).
- Fitri, A., Sifa, R. L., Bunga, T., Putriku, A. E., & Saragih, L. S. (2024). *Analisis Strategi Penetapan Harga yang Dilakukan Salah Satu Distributor Hannochs di Tembung dalam Menghadapi Persaingan*. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(4), 93-99.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harita, B. N. W., Handini, I. R., Wisnu, T. S. S. P., & Pradana, D. S. P. (2025). *Perilaku Konsumen dan Digital Marketing: Menyelami Dinamika Dunia Konsumsi Era Digital*. *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*, 6(2).
- Hride, F. T., Ferdousi, F., & Jasimuddin, S. M. (2022). *Linking perceived price fairness, customer satisfaction, trust, and loyalty: A structural equation modeling of Facebook-based e-commerce in Bangladesh*. *Global Business and Organizational Excellence*, 41(3), 41-54.
- Hutahean, S. L., Simanjuntak, A. N., & Pasaribu, R. M. (2023). *Pengaruh brand ambassador dan e-wom terhadap minat beli kembali produk mie siap saji Korean Spicy*. *Journal Business and Management*, 1(2), 113-124.
- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya*. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1684-1697.
- Kamilah, R., Kamila, J. A., Hidayat, M. F., Soleha, N. J., & Aryawira, R. R. (2025). *Metode SOR Sebagai Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen*. *Business, Economics, and Management Studies*, 1(1), 142-147.
- Maharani, O., Aqmala, D., Pakarti, P., & Hariyadi, G. T. (2024). *Peran Brand Ambassador, Brand Image dan Viral Marketing pada Minat Beli Konsumen Produk Skincare Scarlett Whitening*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 2161-2185.
- Marisya, A., Siregar, N. A., & Halim, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan SSFC Aeknabara Kabupaten Labuhanbatu*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 8176–8189. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.10310>

- Menhard, Syafwandi, & Yulasmi. (2025). *Social Media, Price Perception, and Repurchase Intention: The Role of Trust*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 13(5), 3675–3686. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i5.3717>
- Nancy, N., Goenawan, F., & Monica, V. (2020). *Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Laneige Dalam Model VisCAP*. Jurnal E-Komunikasi, 8(2), 4.
- Nasution, E. S. (2025). *Pengaruh Harga, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(2), 363-367.
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). *Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia*. Growth, 20(2), 361-375.
- PT Charoen Pokphand Indonesia Food Division. (n.d.). *Profil*. Retrieved from CP Food: <https://cpfood.co.id/>
- PT Charoen Pokphand Indonesia. (n.d.). *PT Charoen Pokphand Indonesia*. Retrieved from PT Charoen Pokphand Indonesia: <https://cp.co.id/>
- Purnamasari, I., & Suryandari, R. T. (2023). *Effect of e-service quality on e-repurchase intention in Indonesia online shopping: e-satisfaction and e-trust as mediation variables*. European Journal of Business and Management Research, 8(1), 155-161.
- Puspitasari, A. I., & Nirawati, L. (2022). *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Minat Beli Kopi Kenangan di Suncity Mall Sidoarjo*. Jurnal Mirai Management, 7(3).
- Rahmawati, A., Qibliyah, M., Rahmawati, D. C., & Kusmayati, N. K. (2024). *Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi UD. Anugra Jaya*. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 6(1), 64-69.
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *Manajemen pemasaran*. Penerbit Widina.
- Rosmayanti, M. (2023). *Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen Mixue*. Journal on Education, 5(3), 8126-8137.
- Salwa, N., & Said, M. (2025). *Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah, 8(1), 1-18.
- Satono, P. A., & Utami, E. S. (2024). *Pelatihan Cara Menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Sidoarum Kabupaten Sleman yang Menjual Sale Pisang*. Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS), 2(2), 394-402.

- Sope, A. S. (2023). *Analisis strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan*. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, 1(2), 87-100.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: ALFABETA.
- Suleman, D., Suyoto, Y. T., Sjarief, R., Sabil, S., Marwansyah, S., Adawia, P. R., & Puspasari, A. (2023). *The effects of brand ambassador and trust on purchase decisions through social media*. International Journal of Data and Network Science, 7(1). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.9.003>
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). Manajemen pemasaran.
- Sutianingtyas, E. A., Sutikno, B., & Erwantiningsih, E. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Skincare Merek Emina di Kota Pasuruan*. Revenue Manuscript, 2(4), 362-368.
- Tamzil, A. M., Kuswanti, K., & Urfah, M. (2021). *Pengaruh Brand Image, Service Quality dan Price terhadap Repurchase Intention pada Greenlight Bandung*. Syntax Idea, 3(7), 1513-1522.
- Timpal, R. D., Massie, J. D. D., & Pandowo, M. H. C. (2022). *The Role of Brand Ambassadors on Consumer Purchase Decision on Tokopedia Marketplace*. Jurnal EMBA, 10(3), 652–659.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). *Korean Wave; Fenomena budaya pop Korea pada remaja milenial di Indonesia*. Jurnal Diversita, 8(2), 205-214.
- Wahyuni, S., & Almunawaroh, T. (2023). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Busana Muslim Di Outlet Rabbani Cilacap*. Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 1(1), 56-65.
- 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.
- Widyastuti, N. R., & Lestari, W. D. (2024). *Pengaruh Harga, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Restoran Bakso Kadipolo di Surakarta*. Economic Reviews Journal, 3(1), 506-520.
- Wulandari, S. P., Hutauruk, W. R. B., & Prasetyaningtyas, S. W. (2021). *Pengaruh brand ambassador terhadap purchase intention yang dimediasi brand image dan brand awareness*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, 12(2), 127-138.
- Yuda, M. S. (2025). *Peran trust dan satisfaction dalam membentuk repurchase intention dan intens to recommend: Perspektif pelanggan Klinik Skincare Dr Metz*. YUME: Journal of Management, 8(1), 455-467.

- Yustiana, R. M., & Nirawati, L. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention pada Produk Mie Instan Lemonilo: Studi pada Masyarakat Kota Surabaya*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 5012 –. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2114>
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1299-1307.