

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cee, I. (2015). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy mall. *E-Jurnal Manajemen Kinerja*.
- Fandy Tjiptono, & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, and Satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta.
- Hakim, A. R. (2019). *Pengaruh Iklan Di Televisi Terhadap Minat Beli Produk Indomie Rasa Mie Aceh Dengan Pendekatan Aida (Survei Pada Warga Kota Cimahi - Jawa Barat)*. Bandung: Universitas Telkom, S1 Administrasi Bisnis.
- Index, T. B. (2019). *Top Brand Index Makanan & Minuman*. Dipetik September 12, 2019, dari www.topbrand-award.com
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Inforial. (2019, Agustus 8). *Seminggu Dirilis, Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Sold Out di Pasaran*. Dipetik Oktober 10, 2019, dari <https://inforial.tempo.co>
- Informasitips. (2018). *Mengapa Kebanyakan Wanita Suka Sekali Belanja?* Dipetik 12 10, 2019, dari <http://informasitips.com/mengapa-wanita-suka-sekali-belanja>
- Iwan, & Nainggolan, K. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Awareness Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Mie Sukses (Studi Empiris Pada Penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tangerang). *Cakrawala, Vol XVII*.
- Jurnaline. (2018, Agustus 4). *Mie Sedaap Menyajikan Bumbu Khas Cita Rasa Makanan Indonesia*. Dipetik September 22, 2019, dari <https://www.jurnaline.com>
- Keller, K. (2015). *Strategic Brand Management Building Measuring and Managing Brand Equity 4th edition*. USA: Pearson Education.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kharisma, L. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada*

- Pelanggan Medan Napoleon*. Medan: Universitas Negeri Medan, Fakultas Ekonomi.
- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *NIAGAWAN*.
- Kianpour, K., & Jusoh Ahmad, A. (2014). Enviromentally Friendly as a new Dimension of Product Quality. *International Journal of Quality and Reliability Management Vol.31 No.5*, 547-565.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15th Ed)*. London: Pearson Education Limited.
- Krisna, I. J. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, UNY.
- L, S., & K, A. (2016). Influence of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Decision . *Imperial Journal of Interdisciplinary*.
- Liu, M., & Kenning. (2018). *Asymmetric cognitive, emotional and behavioural effects of values-related and performance-related negative brand publicity*. Germany.
- Magdalena, P. A., Suharyono, & Mukhammad. (2015). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pmebelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-7.
- Mardiani, A. S. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake*. Bandung: Universitas Telkom.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta: KOBIS.
- Maulida, D. N., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kredibilitas Endorser (Agnez Mo) Terhadap Minat Beli Konsumen Sampo Clear. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Nuswantoro, D. (2018). Effects of Product Quality, Price, And Brand Image On The Buying Decision Of City Car Product. *Archives of Business Research (ABR)* .
- Permana, S. I. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Ambassador Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro*

- Relic Syndicate*. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan Bandung.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Puspita Astria M, S. d. (2015). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian.
- Putra, J. S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Andre Taulany Terhadap Minat Beli Konsumen "Ini Keripik". *e-Jurnal Riset Manajemen*.
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image serta dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1-10.
- Quora. (2018). *Apa kekurangan dari Mie Sedaap*. Dipetik Oktober 8, 2019, dari <https://www.quora.co.id>
- Riduwan, & Ahmad, E. K. (2014). *Analisis Jalur. Cetakan ke enam*. Bandung: Alfabeta.
- Rizan, M., Nauli, M. O., & Saparuddin. (2017). The Influence of Brand Image, Price, Product Quality and Perceive Risk On Purchase Decision Transformer Product Pt. Schneider Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*.
- Rizki, S. P., & Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*.
- Sadrabadi, A. N., Saraji, M. K., & Monshizadeh, M. (2018). Evaluating the Role of Brand Ambassador in Social Media. *Journal of Marketing Management and Consumer Behaviour*.
- Sedaap, M. (2019). *Mie Sedaap Korean Spicy Chicken*. Dipetik September 8, 2019, dari www.wingscorp.com
- Sedaap, M. (2019). *Rasa Terbaru dari Mie Sedaap*. Dipetik September 7, 2019, dari www.miesedaap.com

- Statistik, B. K. (2019). *Hasil Sensus Penduduk*. Dipetik Oktober 3, 2019, dari <https://bandungkota.bps.go.id>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen. Cetakan Ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan kedua puluh lima*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Sumbawa, K. (2017, Juni 4). *Pengaruh Makanan Instan terhadap Perkembangan Kesehatan Mahasiswa*. Dipetik Desember 10, 2019, dari <https://www.kabarsumbawa.com>
- Suroso, B. H., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Cup. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- TIMES, I. (2019, December 7). *Mie Sedaap Korean Spicy Chicken, Bisa Pilih Level Pedas Sendiri!* Dipetik December 10, 2019, dari <https://www.idntimes.com>
- Travel, D. (2018). *Bandung, Kota Favorit Wisata Kuliner Di Indonesia*. Dipetik September 22, 2019, dari <https://m.detik.com/travel>
- Ulfah, R. Z. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Indomie*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
- Utari, R., & Hurriyati, R. (2016). Pengaruh Kinerja Repositioning terhadap Brand Equity. *Journal of Business Management and Entrepreneurship*.
- Wolipop. (2018). *Artis K-Pop dengan Fans Terbanyak*. Dipetik September 12, 2019, dari <https://www.wolipop.com/Fans-Terbanyak-KPop-2018>
- Yu, M. (2018). *The influence of negative publicity on brand equity: attribution, image, attitude and purchase intention*. Australia.
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Ecodemica. Vol III. No.1 April 2015*.

Ziporah, M. M., & Mberia, H. K. (2014). The Effects of Celebrity Endorsement in Advertisement . *International Journal of Academic Research in Economics and Management*.