

DAFTAR PUSTAKA

- Al Fathsya, C. & Lestari, M. T. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Daniel Wenas Terhadap Respon Khalayak Hoops Indonesia . *Eproceedings of Management* , 7(3).
- Ediman, H. T. (2020). Pengaruh Aktor Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador Mie Sedap Korean Spicy Chicken Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Mercusuar*, 1(2).
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. . Semarang : Yoga Pratama.
- Hafilah, E. C. (2019). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones. Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones (January 11, 2019).
- <https://bekasi.tribunnews.com/2022/01/26/gandeng-7-personel-nct-dream-lemonilo-serukan-kampanyekan-hidup-sehat-dimulai-dari-masa-muda>
- <https://compas.co.id/article/mie-istan-goreng/>
- <https://www.lemonilo.com/blog/penuh-warna-hijau-intip-keseruan-nct-dream-di-video-iklan-terbaru-lemonilo>
- <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4856183/nct-dream-jadi-brand-ambasador-lemonilo>
- <https://www.tribunnews.com/seleb/2022/01/09/bts-puncaki-boy-grup-k-pop-terpopuler-edisi-januari-2022?page=2>
- https://id.wikipedia.org/wiki/NCT_Dream
- <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2021/12/12/151000/peringkat-reputasi-brand-boy-grup-desember-2021-ada-bts-hingga-bigbang>
- https://www.youtube.com/watch?v=7_1sFa-HWtw
- Immaculata, M. A. (2021). Pengaruh Popularitas Brand Ambassador NCT 127 terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tean Oleh Konsumen . *Prologia*, 5(2), 261-266.

- Kotler, P. & Amstrong, G. (2016). *Marketing Management (15th Ed)* . London: Pearson Education Limited .
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. New Jersey : Preantice Hall.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Lovelock, C., Jochen W., & Jacky M. (2016). *Pemasaran Jasa, Edisi7, Jilid 2*. Erlangga: Jakarta
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake. *eProceedings of Management*, 5(2).
- Ningrum, N. S. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas telkom Angkatan 2013).
- Nisa, C., & Pramesti, D. A. (2020, May). How Do Effective Digital Marketing and Brand Ambassador Stimulate Purchase Intention Today. In *1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS2019)* (pp. 365-367). Atlantis Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* . Bandung: CV Pustaka Setia .
- Putra, J. S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). PENGARUH brand ambassador ANDRE TAULANY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN “INI KERIPIK”. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(07).
- Rahayu, N. C., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchasing Decision Konsumen Lazada (Studi Pada Lee Min Ho Sebagai BrandAmbassador). *eProceedings of Management*, 8(5).
- Riduwan, E. (2017). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*.
- Rizan, M., Handayani, K. L., & Rp, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*

- (JRMSI), 6(1), 457-478.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2017). *Consumer Behavior (Tenth Edition)*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sudaryono. (2017). *METODE PENELITIAN*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. In V. W. Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi (p.106)*. . Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Edisi Kedua*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran. Edisi ke-4*. Yogyakarta :CV. Andi Offset.
- Utami, S. P., Setyowati, N., & Mandasari, P. (2020). Celebritybrand ambassador and e-WOM as determinants of purchase intention: A survey of Indonesian celebrity cake. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 142, p. 05001). EDP Sciences.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pembayaran Terpadu*. Jakarta Selatan : FEB-UP Press.