

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. Si., Nur Hikmatul Auliya, Grad. Cert. B., Helmina Andriani, M. Si., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Husnu Abadi, Ed.; 2020th ed., Issue March). CV. Pustaka Ilmu.
- Amitay, Y. (2019). The Impact of Celebgram Endorsement on Purchase Intention: The Mediating Effects of Customer Attitude and Brand Awareness. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 145.
- Anggraini, A. P. (2022, July 6). *Tak Selamanya Buruk, Ini 3 Manfaat Ngemil* Halaman all - Kompas.com. Kompas.Com. <https://health.kompas.com/read/2022/07/06/200000368/tak-selamanya-buruk-ini-3-manfaat-ngemil?page=all>
- Arti kata camil - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. (2021). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <https://kbbi.web.id/camil>
- Asra, M. D., & Suyanto, A. M. A. (2019). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Telepon Selular Samsung Berbasis Android Di Indonesia. *E-Proceeding of Management* , 6(1), 89–98.
- A'yun, Q. (2023). PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK (STUDI PADA KOMUNITAS CARAT DI SURABAYA. *Jurnal Commercium*, 6(2).
- Badan Pusat Statistik. (2022). <https://bps.go.id/>
- Basuki, A. T. (2017). Penggunaan SPSS dalam Statistik. In *Danisa Media*. Danisa Media.

- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reabilitas Penelitian. In *Binus*. Mitra Wacana Media.
- Cholil, A. M. (2018). *101 BRANDING IDEAS strategi jitu memenangkan hati konsumen* (A. Ishartadi, Ed.). Yogyakarta : Penerbit Quadrant.
- Empowering People to Snack Right*. (2023). Mondelez Internasional. <https://www.mondelezinternational.com/About-Us#:~:text=We have operations in more,distribution activities around the world.>
- Explore the heritage of Mondelez International*. (2023). Mondelezinternational.Com. <https://www.mondelezinternational.com/About-Us/Who-We-Are/Our-History>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media, Ed.; 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Frans, M. R. (2004). *Marketing Celebrities “Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri.”* Media komputindo.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawati, J., & Utami, E. F. (2017). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: konsep pesan, media, branding, anggaran* (1st ed.). PT.Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management* (Pearson Horizon, 14c). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, (15th Edition). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lengkong, M. A. (2022). Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Song Joong Ki Dalam Brand Scarlett Whitening Dengan Model VisCAP. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 10(2).

- Maulansyah, M. R., & Suyanto, A. M. A. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDIHOME DI BANDUNG THE INFIUENCE OF SOCIAL MEDIA AS A MEDIA PROMOTION AND BRAND AWARENESS AGAINTS PURCHASING DECISION INDIHOME IN BANDUNG. *E-Proceeding of Management* , 6(1).
- Muchardie. Brian Garda, & Pujiansyah, G. E. (2020). E-COMMERCE ENDORSERPROFILING WITHVISCAP MODEL AND ITS IMPACT ON BRAND PERSONALITY AND PURCHASE INTENTION. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/ Egyptology*, 17(7), 2347–2357.
- Nabilah, F. (2020). The Effect of Advertising Attraction and Brand Embassy on Shopee Purchase Decisions. *International Journal of Management and Humanities (IJMH)*.
- Nandasari, V. A., & Suyanto, A. (2021). Pengarug Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Melalui Beauty Vlogger. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 7752–7769.
- Nofiauwaty, Fitrianto, M. E., & Lisnawati. (2020). Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business*, 4(1), 21–30.
- Oreo | Mondelez International, Inc. (2023).
 Www.Mondelezinternational.Com.
<https://www.mondelezinternational.com/Our-Brands/Oreo>
- Patarianto, P. (2015). ANALISA KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK. CABANG SIDOARJO GEDANGAN. *Jurnal MAKSIPRENEUR*, 4(2).

Perdana, E. K. (2016). Olah Data Skripsi Dengan SPSS. In *Lab Kom Manajemen Fe Ubb*. Lab Kom Manajemen FE UBB.

Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, Moh. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response . *International Journal of Data and Network Science*, 1195–1200.

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.

Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kulitatif dan R&D* (Dr. Ir. Sutopo, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA.

Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. CV. Wade Group.

Putri, M. S., & Suyanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 2077–2082.

Qurratu'aini et al. (2021). Pengaruh Choi Siwon Pada Iklan Mie Sedaap Korean Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Generasi Z. *Jurnal Lugas*, 5(1), 31–41.

Rachmawati, I., Sary, F. P., & Perdani, D. R. (2016). Influence of the Use of Brands in a Foreign Language (English) on the Purchase Decision Process of Cosmetic Products Made in Indonesia. *SOCIAL SCIENCES & HUMANITIES*, 24, 51–62.

Riani, A. (2019, December 20). *Mengulik Kebiasaan Ngemil yang Lekat dengan Budaya Indonesia - Lifestyle Liputan6.com*. Liputan 6.

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4138092/mengulik-kebiasaan-ngemil-yang-lekat-dengan-budaya-indonesia>

Rizkiani, G. A., & Suyanto, A. (2020). ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH KOSMETIK KOREA DI INDONESIA. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 4(10), 1523–1533.

Sampurno et al. (2019). PENGARUH KARAKTERISTIK SELEBRITI ENDORSER TERHADAP MINAT BELI MELALUI KESADARAN MEREK HOTEL DI INSTAGRAM. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 5, NO, 36–44. <https://doi.org/10.9744/jmp.5.1.36-44>

Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.

Snack Food - Indonesia | Statista Market Forecast. (2022, July 22). Statista. <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/confectionery-snacks/snack-food/indonesia>

Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sukoco, S. A. (2018). *New: Komunikasi Pemasaran: Teori Dan Aplikasinya* (1st ed.). CV.Pustaka Abadi.

Sulihandini, A., Askafi, E., & Sumarji. (2022). The Effect of Ambassador's Brand, and Brand Image on Purchase Decision Process in E-Commerce Tokopedia. *ENDLESS: International Journal of Future Studies*, 5(2).

Sutanto, F. (2019). PENGARUH KARAKTERISTIK CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PRODUK MISTER CHEESY. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, Volume 4*, 425–434.

Top 100 Instagram Disortir berdasarkan Pengikut. (2023, June 4). Noxinfluencer. <https://id.noxinfluencer.com/instagram-channel-rank/top-100-id-all-sorted-by-followers-weekly>

Viora, P., & Suyanto, A. (2020). KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN PERSEPSI, MOTIVASI, DAN SIKAP PADA MARKETPLACE. *Jurnal Riset Bisnis Manajemen, 13*(1), 16–22.

Why Kraft Split Into Two Companies. (2016). www.Foodindustry.Com. <https://www.foodindustry.com/articles/why-kraft-split-into-two-companies/#:~:text=Kraft Foods CEO Irene Rosenfeld's,stable but slow growth business.>

Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal JIK, 7*(1), 17–23.