

DAFTAR PUSTAKA

- Agisnawati. 2021. “Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pada Online Shop (Studi Kasus Konsumen Online Shop Shopee Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara).” Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Alimin dkk, Erina. 2022. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern)*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL).
- Amin, Amirudin M, dan Rafiqah Fitri Yanti. 2021. “Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic.” *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi* 2 (1): 1–14. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>.
- Asmaul, Asmaul, I Ketut Surabagiarta, dan Evita Purnaningrum. 2021. “Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop.” *Journal of Sustainability Business Research* 2 (2): 294–301. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v2i2.4068>.
- Autica, Florensia, dan Santi Delliana. 2022. “Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fila Di Kalangan Penggemar Di Twitter.” *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek* 5 (2): 183–90. <https://doi.org/10.32534/jike.v5i2.2808>.
- Cahyaningrum, Siwi Yunita. 2023. “Peringatan Hari Susu Sedunia : Mengejar Kemandirian Industri Susu Nasional.” *Kompas*, 2 Juni 2023. <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2023/06/01/mengejar-kemandirian-industri-susu-nasional>.
- Chasanah, Uswatun, dan Dewa Brata Gilang Sp. 2023. “Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo.” *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia* 3 (1). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i1.679>.
- CNN. 2022. “Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter.” *CNN Indonesia*, 26 Januari 2022. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter>.
- Desmita. 2010. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Drummond, Karen Eich, dan Lisa M. Brefere. 2010. *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals*. 7th ed. Hoboken, N.J: Wiley.
- Endriana, Herita. 2023a. “3 Boy Group K-Pop Gen 4 Terpopuler versi Netizen Korea.” *SINDONEWS*, 6 Mei 2023. <https://gensindo.sindonews.com/read/1090349/700/3-boy-group-k-pop-gen-4-terpopuler-versi-netizen-korea-1683360338>.

- . 2023b. “6 Girl Group K-Pop Gen 4 Terpopuler, Ini Jumlah Follower Tiap Akun Medsos dan Spotify-nya.” *SINDONEWS*, 5 Mei 2023. <https://gensindo.sindonews.com/read/1089557/700/6-girl-group-k-pop-gen-4-terpopuler-ini-jumlah-follower-tiap-akun-medsos-dan-spotify-nya-1683277543>.
- Fatmaningrum, Sakti Riana, Susanto, dan Muinah Fadhilah. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 4 (1): 176–88. <https://doi.org/10.31955/mea.v4i1.270>.
- Gunawan, Ce. 2018. *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS 25)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hadi, Sugeng Nugroho, dan Salman Al-Farisi. 2016. “Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur.” *AT-TAUZI' : Jurnal Ekonomi Islam* 15 (Desember):131–42.
- Hanipah, Nor Janatul dan Ramayanti. 2024. “Pengaruh Literasi Digital, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Digital.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 10 (1): 54–61. <https://doi.org/10.35972/jieb.v10i1.1454>.
- Harna, dan Andi Muh Asrul. 2020. *Manfaat Susu Untuk Kesehatan*. Jombang: Penerbit Eduvation.
- Hikmah, Mamluatul. 2022. “Pengaruh Label Halal Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Ayam Di Indomaret Se-Kecamatan Tampan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.” Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Ibadurrahman, Ibadurrahman, dan Abdul Hafid. 2022. “Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Di Keluarahan Sudian Raya Kota Makassar.” *JUEB : Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1 (2): 1–9. <https://doi.org/10.55784/jueb.v1i2.91>.
- Ide, Pangkalan. 2008. *Health Secret Of Kefir: Menguak Keajaiban Susu Asam Untuk Penyembuhan Penyakit*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jamal, Andi, dan Sherwin Ary Busman. 2021. “Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 4 (2): 27–34. <https://doi.org/10.37673/jmb.v4i2.1301>.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi13. Jilid 1*. 13 ed. 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Vol. 2. 1. Jakarta: Erlangga.

- . 2012. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Agung Widhi, dan Zarah Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Laksono, Andrian Wahyu, dan Dr Nanang Suryadi. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang.”
- Maharani, Treshya Setya, dan Arry Widodo. 2023. “The Impact Of Brand Ambassador On Investment Interest: The Mediating Effects Of Brand Awareness And Brand Trust.” *The Third International Conference on Innovations in Social Sciences Education and Engineering (ICoISSEE-3)* 3 (Agustus).
<http://conference.loupiasconference.org/index.php/icoissee3/article/view/413>.
- Marliawati, Annisa, dan Dwi Cahyaningdyah. 2020. “Impacts the Brand of Experience and Brand Image on Brand Loyalty: Mediators Brand of Trust.” *Management Analysis Journal* 9 (2): 140–51.
<https://doi.org/10.15294/maj.v9i2.36945>.
- Misri, dan Yulia Sasmita. 2019. “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi).” *Jurnal UISU* 2 (18): 58–66.
- Nasution, Amelia Nur Azza Rahma. 2021. “Pengaruh Brand Ambassador, Perilaku Konsumtif, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Penggemar Boygroup Korea NCT 127 Di Indonesia).” Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
<https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/13706>.
- Nugroho, Rafidan Fadli. 2021. “Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Outdoor Merek Bigadventure (Studi Pada Komunitas Big Family Di Jabodetabek).” Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Octavian, Karina Emelinda, dan Syaiko Rosyidi. 2023. “Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, Penetapan Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas YPPI Rembang.” *Jurnal Kompetitif* 12 (1): 15–28.
<https://doi.org/10.52333/kompetitif.v12i1.81>.
- Pazra, Debby Fadhillah, dan Wahyuningsih Wahyuningsih. 2022. “Kualitas Fisik, Kimia, Mikrobiologi Susu Sapi pada Peternakan Sapi Perah di Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor: Physical, Chemical, and Microbiology Qualities of Cow’s Milk in Dairy Farm in Caringin District Bogor.” *Jurnal Agroekoteknologi dan Agribisnis* 6 (1): 1–16.
<https://doi.org/10.51852/jaa.v6i1.532>.

- Pratami, Niluh Kurnia Dewi, Rahutima Atidira, dan Triansari. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Mertha Buana Motor Singaraja." *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2 (1): 31. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26187>.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: ANDI.
- . 2022. *Olah Data Sebdiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS & Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*. Yogyakarta: Cahaya Harapan.
- Probosini, Dewi Amalia, Nurdin Hidayat, dan Muhammad Yusuf. 2021. "Pengaruh Promosi, Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan* 2 (2): 445–58.
- Purwati, Annung, dan Mega Mirasaputri Cahyanti. 2022. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11 (1): 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>.
- Rachmawati, Siska Dwi, dan Anik Lestari Andjarwati. 2020. "Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan)." *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 7 (1): 25–29. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>.
- Rahmawati, Kurnia. 2023. "Pengaruh Brand Ambassador (Duta Merek) Dan Brand Image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Produk Kecantikan Whitelab Pada Mahasiswa Di Kota Malang)." Malang: Universitas Brawijaya.
- Safitri, Eka Nur, dan Zaki Mubarak. 2022. "Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Kota Banjarmasin Pada Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8 (3): 2875. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6076>.
- Saputra, Ridho. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru." Pekanbaru: Universitas Islam Riau.
- Sari, Novita, Yuswari Nur, dan Nurani Nurani. 2023. "Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlet Di Makassar." *Jurnal Malomo : Manajemen dan Akuntansi* 1 (3): 267–80.
- Septi, Salsabila Ingrid Widya, dan Satria Bangsawan. 2023. "The Influence of NCT 127 as a Brand Ambassador and Brand Trust on Consumer Purchase Decisions at Blibli Online Shopping Site (Study on NCT 127 Fans in Bandar Lampung)." *International Journal of Regional Innovation* 3 (2). <https://doi.org/10.52000/ijori.v3i2.76>.

- Sianturi, Herny Pebriyanti, Tya Wildana Hapsari Lubis, dan Sugianta Ovinus Ginting. 2021. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk pada Mahasiswa STIE Mikroskil." *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 11 (1): 25–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i1.773>.
- Sudaryana, Bambang, dan H.R. Ricky Agusiady. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Trianawati, Yeny. 2017. "Hubungan Antara Penerimaan Diri Dengan Kecemasan Dalam Menjalin Hubungan Lawan Jenis Pada Perempuan Dewasa Awal." Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945.
- Utami, Indah Wahyu. 2017. *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Sukoharjo: CV Pustaka Bengawan.
- Wahidah. 2010. *Rasa dan Cita Rasa Dalam Masakan*. Bandung: Angkasa Raya.
- Wahyuni, Neli. 2020. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic: Studi Pada Remaja Pengguna Kosmetik Nature Republic Di Malang." Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Wibowo, Maria Alesandria. 2022. "Pengaruh NCT Dream Sebagai Brand Ambassador, Persepsi Harga, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mie Sehat Lemonilo)." Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/24980>.
- Yani, Elfi. 2023. "Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Omah Coklat (Studi Kasus Konsumen Omah Coklat Di Karanganyar)." Surakarta: Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.
- Yohana F. C. P. Meilani, Innocentius Bernarto, Margaretha P. Berlianto, dan Ronnie R. Masman Ian N. Suryawan. 2020. "The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty." *Jurnal Manajemen* 24 (3): 412. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>.
- Yung, Devi, dan Gregorius Genep Sukendro. 2022. "The Role of Brand Ambassador on Advertising in Building Brand Awareness (A Case Study of #Selaluadasselubisa BTS Ads)." Dalam . Jakarta, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.190>.