

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

Al-Qur'an dan terjemahannya. 2019. *Departemen Agama RI*. Jakarta: Beras

Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR (AUP)

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta

A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Erlangga

Ghazali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Ed 7*. Semarang: Universitas Diponegoro

W. Gulo. 2000. *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Grasindo)

Husein, Umar. 2014. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kotler, Philip dan Armstrong Gray. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Terjemahan Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Indeks

Machfudz, Masyhuri. 2014. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Malang: Genius Media

Ngatno. 2018. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Semarang: EP Press Digimedia

- Priyanto, Duwi. 2009. *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media
- Rahmawaty, Anita. 2011. *Ekonomi Mikro Islam*. Kudus: Nora Media Enterprise
- Riduwan. 2005. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Roflin, Eddy, Iche Andriyani Liberty, dan Pariyana. 2021. *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama*. Malang: UB Press
- Onny Fitriana Sitorus dan Novelia Utami. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: UHAMKA
- Sudijono, Anas. 2006. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sukanti. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Banten: Universitas Terbuka
- Sukmawati, Zendy Putri dan Zumrotul Fitriyah. 2021. *Efek Brand Ambassador dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Pertama*. Surabaya: CV. Mitra Abisatya
- Suyatno, Bagong dan Sutinah. 2015. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Predana Media
- Tarjo. 2019. *Metode Penelitian*. Sleman: CV. Budi Utama
- Edwin Zusrony. 2021 *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik

SUMBER JURNAL

- Adeliasari, Vina Ivana, dan Sienny Thio. *Electronic Word of Mouth (Ewom) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya*. (Jurnal Hospitally dan Manajemen Jasa, Volume 2, Nomor 2, 2014)
- Agustina, Rennie, Hichamaed Tachta Hinggo, dan Hammam Zaki. *Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo*. (Jurnal Ilmiah Merdeka EMBA, Volume 2, Nomor 1, 2023)
- Andriani, Femi. *Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek)*. (JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen, Volume 1, Nomor 3, 2021)
- Ayu, Laras Tri. *Pengaruh Brand Ambassador BTS (Bangtan Boys) dan E-Trust terhadap Minat Beli: Studi pada Kounitas Pengguna Marketplae Tokopedia di Media Sosial*. (Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, & Bisnis Syari'ah, Volume 4, Nomor 5, 2022)
- Dinawan, Muhammad Rheindra. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Mio PT Harpindo Jaya Semarang)*. (Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Volume 9, Nomor 3, 2010)
- Edrin, Florencia, dan Nurul Fhatiyah. *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Pembelian Konsumen (Kasus pada Event Free Photocard BTS Tokopedia)*. (Proceeding Seminar Nasional Seri VI, 2022)
- Faradasya, Cantika Indah dan Trianasari. *Pengaruh Brand Ambassador K-Pop Stray Kids dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee)*. (eProceddings of Management, Volume 2, Nomor 2, 2021)

- Goyette, Isabelle, Line Ricard, Jasmin Bergeron, & Francois Marticotte. “*e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Service Context*, *Canadian Journal of Administrative Sciences*. 27: (1) (2010)
- Hardikoesmo, Maggie dan Dhyah Harjanti. *Pengaruh Keragaman Produk, Sales Promotion, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko OKE Listrik Jember*. (AGORA, Volume 9, Nomor 2, 2021)
- Kumala, Era Friyda, Joko Widodo, dan Mukhammad Zulianto. *The Effect of Using the K-Pop Idol Ambassador Brand and Company Brand Image on Purchase Decisions on the Marketplace Shopee*. (Jurnal Ilmu Manajemen PROFITABILITY, Volume 6, Nomor 1, 2022)
- Larasati, Tas’yana Ayu, Naini Rizka Amalia, dan Mita Mawardi. *Pengaruh Idol K-Pop sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo*. (SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, Volume 20, Nomor 4, 2022)
- Liya, Inda, Heru Budiono, dan Karmila. *Pengaruh Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image, dan WOM terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken*. (REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam, Volume 2, Nomor 1, 2021)
- Lutfiyatillah, Millatina, Mujahidah, dan Herrianingrum. *Efektifitas Media Instagram dan E-WOM (Electronic Word of Mouth) terhadap Minat Beliserta Keputusan Pembelian*. (Jurnal Penelitian IPTEK, Volume 5, Nomor 1, 2020)
- Masdaini, Efrina & Ayu Dewi Himayani. *Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang*. (Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, Vol. 2, No. 1, 2022)
- Mulyadi, Muhammad. *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya*. (Jurnal Studi Komunikasi dan Media, Volume 15, Nomor 1, 2011)

- Pringani, Ade. *Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global*. (Jurnal Kebangsaan, Volume 2, Nomor 4, 2013)
- Purborini, Yuniar dan Muhammad Anzorullah. *Pengaruh Impulse Buying dan Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Merek Pond's di Golden Swalayan Tulungagung*. (Jurnal ECONOMICA, Volume 1, Nomor 2, 2022)
- Purwati, Annung dan Mega Mirasaputri Cahyanti. *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian*. (IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, Volume 11, Nomor 1, 2022)
- Putra, Rival Victoria, Machasin, dan Syakdanur Nas. *Pengaruh Sales Promotion, Personal Selling, dan Advertising terhadap Keputusan Pembelian Produk Buku Terbitan CV. As Salam di Kota Pekanbaru*. (Jurnal Ekonomi Kiat, Volume 32, Nomor 1, 2021)
- Rachmadani, Aindira Sri dan Indria Angga Dianita. *Pengaruh Brand Ambassador Itzy terhadap Brand Image Perusahaan Maybelline New York di Indonesia*. (eProceedings of Management, 9, Nomor 4, 2022)
- Rahmah, Amaliya Nur dan Sugeng Widodo. *Peranan Sektor Industri dalam Perekonomian di Indonesia dengan Pendekatan Input – Output Tahun 2010 – 2016*. (ECONOMIE, Volume 01, Nomor 1, 2019)
- Ramadhan, Rizal Furqan. *Implementasi dan Analisis Metode MOORA dan SMART pada Pemilihan Platform Jual Beli Online menggunakan Decision Support System*. (Komputika: Jurnal Sistem Komputer, Volume 12, Nomor 1, 2023)
- Sari, Novita, Muhammad Saputra, dan Jamaluddin Husein. *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Bukalapak.com*. (Jurnal Manajemen Magister Darmajaya, Volume 3, Nomor 1, 2017)

- Senggeteng, Vania, Silvya L. Mandey & Silcyljeova Moniharapon. *Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado*. (Jurnal EMBA, Vol. 7, No. 1, 2019)
- Siregar, Yakin Bakhtiar. *Evolusi Perilaku Konsumen di Era Digital*.
- Sondrayani, Suesty dan Idris. *Pengaruh Source Expertise dan Source Trustworthiness terhadap Repurchase Intention Melalui EWOM Credibility sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Produk Kosmetik Mustika Ratu dengan Puteri Indonesia sebagai Brand Ambassador)*. (Diponegoro Journal of Management, Volume 10, Nomor 3, 2021)
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G. and Gremler, D. D. *Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the Internet?* (Journal of Interactive Marketing, Volume 18 Nomor 1, 2004)
- Wibawanto, Sigit. *Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen: Pendekatan Fisiologis, Psikologis, dan Religiusitas*. (Jurnal Fokus Bisnis, Volume 12, Nomor 1, 2013)
- Wirakanda, Gugum Gumilang dan Apriyani S. Pardosi. *Pengaruh Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di BLIBLI.COM)*. (Jurnal Bisnis dan Pemasaran, Volume 10, Nomor 1, 2020)
- Rio Andrianto Yasin. *Pengaruh Advertising, Sales Promotion, dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Ma Bruschetta*. (PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 5, Nomor 5, 2020)
- Yusup, Febriani. *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*. (Jurnal Tarbiyah, Volume 7, Nomor 1, 2018)

Yuliawan, Banowati Azelia Putri dan Ganjar Eka Subakti. *Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam*. (Jurnal Penelitian KEISLAMAN, Volume 18, Nomor 1, 2022)

SUMBER SKRIPSI

Amil, Raihan. *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skincare MS Glow)*. (Malang: Skripsi, 2021)

Ariska, Mega Ayu. *Pengaruh Korean Ambassador dan Brand Personality Tokopedia terhadap Keputusan Pembelian Young Consumer dalam Perspektif Ekonomi Islam*. (Lampung: Skripsi, 2022)

Daulay, Akhbaruddiansyah. *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Brand Image (Survey pada Sabun Antiseptik Lifebuoy di Kelurahan Johor)*. (Medan: Skripsi, 2021)

Effendi, Arif Zakiiyyatan. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian pada Travel Umroh dan Haji Plus PT. Inyong Travel Barokah*. (Jakarta: Skripsi, 2020)

Hanafi, Muhammad Farizal Aulia. *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian di Blibli melalui Brand Awareness*. (Jakarta: Skripsi, 2022)

Hutagalung, Kezia Abelista. *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UMA (Studi Kasus Tagar Racun Tiktok)*. (Medan: Skripsi, 2022)

Kamilah, Latifah Nur. *Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Minat Beli Pelanggan di Situs Social Commerce Media Sosial Instagram*. (Jakarta: Skripsi, 2020)

- Lestari, Heppina. *Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Citra Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survey Online pada Konsumen Innisfree di Indonesia dan China)*. (Malang: Skripsi, 2018)
- Mawarni, Mentari Vieka. *Pengaruh Artis K-Pop (BTS) sebagai Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia di Kota Palembang*. (Palembang: Skripsi, 2021)
- Najmatillaila, Nurun. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kemasan Produk terhadap Perilaku Konsumen Muslim dalam Pembelian Nu Green Tea*. (Kediri: Skripsi, 2021)
- Prasetyo, Panji Eko. *Brand Ambassador Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Citra Merek (Studi Kasus pada XL Axiata di Pelajar dan Mahasiswa Yogyakarta)*. (Yogyakarta: Skripsi, 2016)
- Saputra, Ryan Anzhari. *Pengaruh Sales Promotion, Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk di DBL Store*. (Surabaya: Skripsi, 2019)
- Sulistiani, Ofi. *Pengaruh Interest Income Growth, Networking Capital, dan Capital Expenditure terhadap Cash Holding dengan Aktivitas Dewan Komisaris sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016 – 2020)*. (Purwokerto: Skripsi, 2022)
- Wibowo & Maria Alesandria. *Pengaruh NCT Dream sebagai Brand Ambassador, Persepsi Harga, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mie Sehat Lemonilo)*. (Salatiga: Skripsi, 2022)

SUMBER INTERNET

[Andini Nabila, 16 Artis Korea Brand Ambassador Produk Indonesia, Terbaru NCT 127, dalam https://www.idntimes.com/korea/knews/andina-nabila-hasnah/artis-korea-jadi-ba-produk-indonesia](https://www.idntimes.com/korea/knews/andina-nabila-127, dalam https://www.idntimes.com/korea/knews/andina-nabila-hasnah/artis-korea-jadi-ba-produk-indonesia)

Anisa Shaktiana Putri, *4 Hal Menarik Oreo x Blackpink dari Photo Card Hingga Berkesempatan Mendapatkan Merchandise,* dalam

<https://www.fimela.com/food/read/5173844/4-hal-menarik-oreo-x-blackpink-dari-photo-card-hingga-berkesempatan-mendapat-merchandise>

Databoks, *Makanan dan Minuman Topang Sepertiga Industri Pengolahan Nasional pada 2022,* dalam

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/13/makanan-dan-minuman-topang-sepertiga-industri-pengolahan-nasional-pada-2022>

Eko Hertanto, *Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala,* dalam

https://www.academia.edu/34548201/PERBEDAAN_SKALA_LIKERT_LIMA_SKALA_DENGAN_MODIFIKASI_SKALA_LIKERT_EMPAT_SKALA

Muhamad Nuzulul Saputro, *Analisis Pengambilan Keputusan,* dalam

https://www.academia.edu/18458193/ANALISIS_PENGAMBILAN_KEPUTUSAN

Pinkyfara, *Gambaran Perusahaan Oreo,* dalam

<https://id.scribd.com/document/397842101/Gambaran-Perusahaan-Oreo>

Ridhwan Mustajab, *Kinerja Industri Makanan dan Minuman Naik 4,90% pada 2022,*

dalam <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022>

Silvi, *4 Member BLACKPINK jadi Brand Ambassador Ternama dan Berkelas,*

dalam <https://www.popmama.com/life/fashion-and-beauty/silvi-shelvyani/member-blackpink-jadi-brand-ambassador-ternama-dan-berkelas>

Tara, *Gak Cuma Cantik, Sederet Prestasi BLACKPINK Ini Bikin Blink Bangga!,*

dalam <https://khub.istyle.id/article/15008-prestasi-blackpink/>

Top Brand Award, *Top Brand Index 2022*, dalam https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand

[Wikipedia](https://id.wikipedia.org/wiki/BlackpinkWikipedia), *BLACKPINK*, dalam <https://id.wikipedia.org/wiki/BlackpinkWikipedia>, *Oreo*