

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, dan Yunani. 2023. “Pengaruh Brand Ambassador Sehun EXO terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image.” *Jurnal Manajemen dan Sains* 8(2): 1394-1404
- Amelia, dan Riva’i. 2022. “Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 10(4): 1227–1236.
- Ardilla, Yunda Presti, dan Rifatul Istianah. 2023. “Signifikansi Peran Advertising Appeal dan Endorser Dalam Intensi Pembelian Produk Food And Beverage.” *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* 7(1): 55–71.
- Arifin, dan Pratama. 2024. “Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Onic Supply ID pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember.” *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital* 1(2): 1-12
- Asteria. “Stray Kids Member Profile”. dalam <https://kprofiles.com/stray-kids-member-profile/> diakses pada tanggal 27 Desember 2023
- Aufa, dan Yunani. 2023. “Pengaruh Brand Ambassador X di Instagram terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek pada Kopi Kenangan.” *JMBI Unsrat* 10(2): 729-742.
- Azelia, Banowati, Putri Yuliawan, dan Ganjar Eka Subakti. 2022. “Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-POP Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam.” *Jurnal Penelitian Keislaman* 18(1): 35–48.
- Barus, Ramadani, “Jadi Gaya Hidup: Benarkah Fans K-Pop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota” IDN Times. dalam <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/amp/danti/jadu-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota>, diakses 20 Januari 2024.
- Cannon, Joseph, *et al.* 2008. *Pemasaran Dasar*. 16th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Chofiyatun. 2020. *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Melalui Brand Image sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Manajemen. STIE Putra Bangsa.

- Farrel, dan Sunaryo. 2022. "Pengaruh Brand Ambassador Aktor Kim Seon Ho Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Skincare Everwhite dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen* 1(2): 201-210
- Febriani, Nadia. 2021. "Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Celebrity Endorsement di Instagram terhadap Generasi Z." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 5(2): 238-258
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Geraldine dan Susanti. 2021. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Brand Wardah." *Point: Jurnal Ekonomi Manajemen* 3(1): 1-12
- Ginau, Maryam. 2016. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT Kanisius
- Hamdani, Abdillah, and Setiawati. 2023. "Pengaruh Brand Ambassador NCT Dream Terhadap Minat Beli Mie Instan Lemonilo Di Kota Bandung." *e-Proceeding of Management* 10(1).
- Hamid, dan Anwar. 2019. *Structural Equation Model (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hartanto, dan Mariana. 2024. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image." *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen* 5(3): 8-25
- Hartono, Jogiyanto. 2018. *Strategi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hendayana, dan Afifah. 2020. "Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Melalui Market Place Tokopedia." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3(1): 32-46
- Hussein. 2015. *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan SmartPLS 3.0*. Malang: Universitas Brawijaya
- Immaculata, dan Utami. 2021. "Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tea." *Prologia* 5(2): 261-266
- Kementan. "Kementan Berkomitmen Kembangkan Produksi Susu Segar Dalam Negeri". dalam <https://ditjenpkh.pertanian.go.id/>, diakses tanggal 16

November 2023.

- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2019. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kertamukti, R. 2018. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kodariyah, dan Kusnadi. 2024. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Pada Produk Click di Kota Bandung." *Al-Kharaj* 6(3): 1676-1684
- Kotler, dan Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Marketing Management Ed. 14*. New Jersey: Pearson.
- . 2016. *Marketing Management Ed. 15th Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Lestari, *et al.* 2019. "Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis* 66(1).
- Magdalena, *et al.* 2015. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis* 23(1): 1-7
- Malihah, Lola, dan Gusti Tasya Meilania. 2023. "Analisis Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Minat Beli Produk Oreo." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Jisip)* 12(1): 220–232.
- Masyita, dan Yulianti. 2017. "Pengaruh Brand Ambassador Dian Sastrowardoyo Terhadap Brand Image Produk Makeup L'oreal Paris." *JRAMB* 3(1):41-47
- Megayani, dan Ellen Marlina. 2019. "Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Akuntansi Manajemen* 16(1): 175–193
- Musyaffi, *et al.* 2021. *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*. Tangerang Selatan: Pascal Books
- Naomi, dan Ardhiyansyah. 2021. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada E-commerce Indonesia." *Senmabis* 1(1): 38–44

- Novel, dan Kusumayanti. 2023. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan MS Glow." *Jurnal Al-Amal* 2(1): 43–49
- Novianti, Riska. 2022. *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Produk MS Glow Cabang Thehok di Kota Jambi*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari.
- Oktaviani, dan Zainurossalamia. 2021. "Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image." *Inovasi* 17(3): 395-402
- Peter, dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- P.T. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk. "Sekilas Tentang Ultrajaya". dalam <https://www.ultrajaya.co.id/idn#> diakses pada tanggal 25 Desember 2023.
- 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.
- Puspita, Anak Agung, Trarintya, dan I Komang Gede. 2023. "Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan E-Commerce Shopee di Kota Denpasar." *Widya Amrita: Jurnal Manajemen* 3(6): 1152–1167.
- Putra, dan Idris. 2023. "Analisis Pengaruh Dukungan Selebriti Terhadap Pembelian Ulang Melalui Sikap Terhadap Merek dan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Erigo Apparel." *Diponegoro Journal of Management* 12(4): 1–11.
- Razak, Mashur. 2016. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Riskiana, Fika, Susanto, dan Harmanti. 2021. "Pengaruh Green Marketing , Inovasi Produk , dan Brand Image Terhadap Minat Beli." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9(1): 33–42.
- Rossiter, et al. 2018. *Marketing Communications: Objectives, Strategy, Tactics*.

Teller Road Thousand Oaks: UK Sage.

- Rosyadi, Agi. 2021. "Peran Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 18(2): 20–31.
- Sakinah, *et al.*. 2022. "Pengaruh Positif Fenomena K-Pop Terhadap Karakter Generasi Muda di Indonesia." *Journal of Education* 5(1): 735–745.
- Saleh, dan Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Sah Media.
- Salsabila, dan Purnamasari. 2023. "Pengaruh Community Effect dan Celebrity Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Ultra Milk Melalui Mediasi Brand Image." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9(21): 467–479.
- Saputra, dan Aprilia. 2023. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen." *Journal of Innovation in Management* 2(1): 1-7
- Samirudin. 2023. *Manajemen Pemasaran dan Nilai Pelanggan*. Yogyakarta: Nas Media Indonesia.
- Santosa, dan Hamdani. 2007. *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sitorus, S. 2020. *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Diana. 2016. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wibowo, dan Utami. 2023. "Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Minat Beli Remaja Di Tokopedia." *Jurnal Media Administrasi* 8(1): 13–22
- Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.