

DAFTAR PUSTAKA

- Adversiting, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communication*. 2013. South-WesternNatorp Boulevard.
- Ainurrofiqin, M. (2023). *101 Branding Strategis Di Era 5.0*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Anggraeny, V. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Distribusi, Rasa Terhadap Keputusan Pembelian dan Pengaruhnya Pada Customer Loyalty Konsumen Ultrajaya (Studi Pada Konsumen Susu UHT Ultra Jaya di SMA San Marino Jakarta Barat). *Jurnal Ekonomi*.
- Arriyani, H. H. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Perpindahan Merek Melalui Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Susu Kemasan UHT Ultra Milk yang Berpindah Merek ke Cimory di Kota Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Arum, R. (2023). *Profil Lengkap Stray Kids Member dan Fakta Menariknya*. Retrieved from Gramedia Blog.
- Atmaja, R., & Maryani, M. (n.d.). Analisa Perilaku Konsumtif Dan Daya Beli Konsumen Terhadap Penjualan Online Selama Masa Pandemi Covid-19.
- Azzahra, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Korea dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Clio Professional.
- Leana, N. F., & dkk. (2022). Respon Konsumen Generasi Z Terhadap Penggunaan Artis Korea Sebagai Bintang Iklan E-Commerce Indonesia. *SINTESA*.
- Mass Media Research An Introduction*. 2014. Wadsworth Cengage Learning
- Meliani, C. S. (2023). *Kini Ultra Milk Juga Kolaborasi Dengan Stray Kids, Warganet: "Min 1 Susu 1 Pc Ya? Aku Udah Siap Borong!"*. Koreabanget.com.
- Najla, N., Rohandi, M. M., & Saraswati, N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Stray Kids dan Interaksi Sosial di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Nacific Indonesia. *Business and Management*.
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By LAZETA. *Jurnal Bisnis dan Iptek*.
- Prakoso, J. H., & Paksi, Y. F. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Yoghurt Cimory Jakarta Dalam Membangun Ekuitas Merek Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Akrab Juara*.

Prinsip-Prinsip Pemasaran. 2008. Jakarta: Erlangga.

Putra, A. M. (2020). Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada pengguna Bukalapak di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.

Sabila, A. A., Martha, E. S., & Anwar, R. C. (2022). Pengaruh Publik Figur Sebagai Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Skincare. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*.

Safitri, L. S. (2022). Pengambilan Keputusan Pembelian Susu Ultra High Temperature (UHT) Berdasarkan Persepsi Bauran Pemasaran. *Buletin Peternakan Tropis*.

Salsabila, N. N., & Purnamasari, D. (2023). Pengaruh Community Effect dan Celebrity Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Ultra Milk Melalui Mediasi Brand Image (Studi pada Komunitas Midzy Indonesia). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.

Siahan, M. D., Suherman, & Saidani, B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Keuangan*.

Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif. 2020. Jakarta: Prenamedia Group.

Tika, D. R., Nurhasanah, F., & dkk. (2021). Strategi Pemasaran PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. Dengan Analisis SWOT. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.

Triana, R., & Nanda, S. E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador 'Straykids' dan E-WOM Terhadap Brand Awareness E-Commerce Shopee Dikalangan Generasi Millennial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Wardani, A. A., & Istiyanto, B. (2022). Peran Brand Ambassador, Brand Image, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus CO-Branding Samsung X BTS). *Edunomika*.