

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, A. D., Pujiyanto, A., & Andayani, S. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador , Digital Marketing Dan Merchandise Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo Pada Nctzen. 1*, 246–249.
- Anindhita, M. (2022). *Lemonilo Umumkan NCT DREAM Sebagai Brand Ambassador Terbaru*. Lemonilo.Com.
<https://www.lemonilo.com/amp/blog/lemonilo-umumkan-nct-dream-sebagai-brand-ambassador-terbaru>
- Anne, A. (2010). *Gaya Hidup Sehat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Annur, C. M. (2022). *Gaet NCT, Kompas Dashboard Temukan Penjualan Mi Instan Lemonilo Melonjak 154%*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/12/gaet-nct-kompas-dashboard-temukan-penjualan-mi-instan-lemonilo-melonjak-154>
- Cahyarani, I. (2018). the Influence of Healthy Lifestyle, Consumer Behaviour and Price Perception on the Purchase Intention for Organic Food. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 7(3), 294–301.
- Dinny, D. A. S., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Perilaku Konsumtif Fans NCT Dream terhadap keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), 762–766.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.622>
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand : Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. The American Library Association.
- Fitrianti, A. (2022a). *Penuh Warna Hijau, Intip Keseruan NCT DREAM di Video Iklan Terbaru Lemonilo*. Lemonilo.Com.
- Fitrianti, A. (2022b). *Praktis, Mudah, dan Enak Ini Sederet Manfaat Mie Lemonilo yang Bisa Kamu Nikmati*. Lemonilo.Com.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro Semarang.

- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01), 103–113. <https://doi.org/10.29040/jie.v4i01.822>
- Irju, D. Y., & Rahmat, M. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sukses Isi 2 Pada Masyarakat Kelurahan Sudirejo Ii Kecamatan Medan Kota Dinda Yustika Irju * Muhammad Rahmat, S.Pd.I, M.Si. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen*, 1(1), 34–44.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile). Jakarta : P.T. Prenhallindo.
- Kotler, P. &, & Amstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing* (Ketujuhbel). Jersey:Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. &, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Erlangga.
- Kusnandar, V. B. (2022). *10 Negara Paling Gemar Makan Mi Instan*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/07/10-negara-paling-gemar-makan-mi-instan-indonesia-urutan-berapa>
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communication E-book*. Somerset, NJ, USA:Wiley.
- Lee, M., & Johson, C. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta:Kencana Prenada Media.
- Moriarty, S. (2011). *Advertising* (8th ed.). Jakarta : Kencana, 2011.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Pratama Putra, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie. *Jurnal STIESIA*, 5(4), 11–17.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 30(1), 20. [https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30\(1\).3870](https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30(1).3870)

- Rachmah, S. M. (2022). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(4), 82–88. <https://ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/view/218>
- Ramadhani, A. N., & Masitoh, S. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan , Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jikom*, 11(3).
- Simbolon, E. W. Y. S. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Organik*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & d* (14th ed.). Alfabeta.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 17–28. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/125>
- Sulastri, & Puspasari, P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup Sehat, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand*. 2(1), 104–112.
- Tridayanti, F., & Nurfebriaraning, S. (2022). Pengaruh Nct Dream Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Mi Instan Lemonilo Pada Generasi Muda. *Medium*, 10(2), 67–80. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(2\).10091](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(2).10091)
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 29–30.
- Winaya, I. P., & Karsa, S. I. (2022). *Hubungan Iklan Lemonilo x NCT Dream dengan Minat Beli Konsumen*. 2, 584–592.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0* (1st ed.). Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN.

- Yudhanto, E. S. (2018). *Pengaruh Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Botol Sosro pada PT.Sinar Sosro Deli Serdang*.
- Zahra, G. F., Irawati, D., & Harmawan, M. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Harga, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Anlene di Kebumen. *Jurnal Segmen Manajemen*, 1–11.