

DAFTAR PUSTAKA

- Afidah, A. D., & Rohyani, I. (2024). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Sehat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bear Brand* (Vol. 6, Nomor 1).
- Amalia, M., & Arifiana, I. Y. (2025). *Antara idola dan konsumsi: Hubungan parasocial relationship dengan perilaku konsumtif penggemar K-pop di Surabaya*. *JIWA: Jurnal Psikologi Indonesia*.
- Amin, A. M., & Yanti, F. (2021). *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi The Effect Of Brand Ambassador, E-WOM, Lifestyle, Country Of Origin And Motivation On The Decision To Purchase Korean Skincare Products Nature Republic Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic*. <http://journal.al-matani.com/index.php/invest/index>
- Atikkah, S., & Fitra, J. (2021). Pengaruh Fanatisme Fans Anime, Keragaman Produk dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Anime pada Distro Pikapikani. Dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 3, Nomor 6). <https://jurnal.universitasputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Cahyarani, I. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen, dan Persepsi Harga terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17–18.
- Faradasya, & Trianasari, N. (2021). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR KPOP STRAY KIDS DAN BRAND IMAGE THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR KPOP STRAY KIDS AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS (STUDY CASE OF E-COMMERCE SHOPEE)*. *e-Proceeding of Management*, 8(2).
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Vol. 1). CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (8 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (10 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair J. F., B. W. C. , B. B. J. , A. R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Vol. 8). Cengage Learning.
- Indofood CMB. (2025, Agustus 1). *Financial Statements 2Q 2025 of ICBP*. Indo Premier.
- Juliadi, A., Masita Aulia, & Sintia Ramadhani. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* NCT Dream dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1334>
- Kamilah, K., Munandar, J. M., Syamsun, M., & Worapishet, T. (2021). The effect of environmental friendliness fanaticism of students towards purchase intention. *Jurnal terkait manajemen/marketing*.
- Khomsiyah, A., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Loyalitas dan Fanatisme Supporter pada Klub terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Orisinal: Studi pada Supporter Persela Lamongan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 10(2), 242. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.756>
- Kicky Camallya Arista, & Khusnul Fikriyah. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(4), 453–466. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp453-466>
- Kotler & Keller. (2016). *BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. Keputusan Pembelian 2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian*.
- Kotler, P. K. K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset: Untuk Ekonomi dan Bisnis*. UPP STIM YKPN.
- Nandy. (2024). *Brand Ambassador*. Gramedia Blog. https://www.gramedia.com/literasi/brand-ambassador-adalah/#Brand_Ambassador_adalah_Figur_Publik_atas_Suatu_Brand
- Novita S. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy*.
- Nugraha, F. P., Suharyanto, S., & Yatna, C. N. (2023). Perilaku Konsumtif Memediasi Pengaruh Social Media Marketing dan Fanatisme terhadap Keputusan Pembelian. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 19(1), 69–86. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v19i1.2088>

- Nurdin. (2019). *Metodologi Penelitian*. Penerbit Akademik.
- Prasetyo, S. (2024, Mei 17). *Indofood (INDF) Profil*. Trust Sekuritas. <https://pina.id/artikel/detail/sejarah-indofood-indf-profil-produk-dan-visi-misinya-b89okd6c3fm>
- Putri, E. M., Prihantoro, E., Harmadi, A., Ohorella, N. R., & Sari, D. (2023). Korean Wave and NCT Dream Brand Ambassador and its Influence on Interest in Buying Products on Twitter Followers @lemonilo. *Technium Social Sciences Journal*, 40, 148–155. www.techniumscience.com
- Rossiter & Percy. (2018). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Brand Ambassador 2.1.1. Pengertian Brand Ambassador*.
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (2018). *Advertising and Promotion Management*. Akademik.
- Safitri, A. N., & Basiya, R. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Brand Image, Lifestyle, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3Second. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 450–458. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3463>
- Sihombing, I. (2025, Juli 23). *Produksi Indofood: Mengenal Ragam Produk Ikonik dan Prosesnya*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/794206/produksi-indofood-mengenal-ragam-produk-ikonik-dan-prosesnya>
- Subagyo, & Nasyatul, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Brand Ambassador dan Green Marketing terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen Akademik*, 1, 32–46.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif* (4 ed.). Alfabeta.
- Sukmawati, N., Ekasasi, R., Ilmu, S. T., Ykpn, M., & -Indonesia, Y. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *CAKRAWANGSA BISNIS*, 1(1). <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb>
- Susanti, E., & Kholisoh, N. (2018). *KONSTRUKSI MAKNA KUALITAS HIDUP SEHAT (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Herbalife Klub Sehat Ersanddi Jakarta)*. 2(1), 1. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Thania, G. S. K., & Anggarini, Y. (2021). PENGARUH GAYA HIDUP, ONLINE FESTIVAL, DAN BEAUTY INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PRODUK DI MASA PANDEMI COVID - 19. *CAKRAWANGSA BISNIS*, 2.

- Valentia Eka Ardani, & Krisna Mutiara Wati. (2024). Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Sikap Fanatisme, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Ultra Milk Edisi Kolaborasi Stray Kids. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(3), 76–91. <https://doi.org/10.55606/jimas.v3i3.1435>
- Wardani, I., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 1114. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.1357>
- Wiyono. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Vol. 1). Citapustaka Media.
- Wiyono. (2020). *Mtodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media.
- Yanthi, A., Hadi, P., & Astuti, M. (2020). *PERAN KOREA WAVE, LIFESTYLE DAN BRAND AMBASSADOR*.