

DAFTAR PUSTAKA

- Afani, E. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Produk Mie Lemonilo Edisi Nct Dream (Studi Kasus Pada Penggemar Nct Dream Di Indonesia). *Ekonomika Dan Manajemen*.
- ANANTA, K. V. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK MIE INSTAN ALAMI LEMONILO (STUDI PADA MASYARAKAT KOTA DENPASAR)*.
- Angga Reta, T., & Yudho Leksono, P. (2022). Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022 PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK LEMONILO. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri*, 437–443.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arzelanissa, D. I. (2024). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITA RASA, DESAIN VISUAL, DAN KOLABORASI SELEBRITI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SEDAAP. 0*.
- AULIA, A. (2024). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY DAN KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG PADA KOMUNITAS ARMY DI KOTA MEDAN*.
- Bolen, Siti Maryam ; Marginingsih, R. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemonilo Siti. *CiDEA Journal*, 3(2963–7317). <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10643>
- Darmayanti, N. W. W. P. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo di Kota Denpasar. 8.5.2017, 2003–2005*. www.aging-us.com
- Desya Marcellia, E. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Haus! Jabodebek. *Jurnal Human Capital Development*, 10(2), 1–12.
- Dita, M., Sandradewi, P., & Nurlinda, R. A. (2024). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian*. 5(1), 50–68.
- Farichin, M. N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Idol K-Pop, Sales Promotion, dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Produk OREOxBLACKPINK. *Jurilma: Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(1), 25–33.
- Ghozali, F. (2014). Pengaruh Return on Asset, Earning Per Share, dan Debt To Equity Ratio terhaap Harga saham. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 48–56. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.48-56>
- Hendri, A., Ruspitasari, W. D., & Bukhori, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan

- Pelanggan. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(2), 319. <https://doi.org/10.25273/capital.v7i2.18939>
- Herry, G., Widjaja, W., Tangerang, K., & Banten, K. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli (Studi Pada Brand Scarlett Whitening)*. 2(3).
- Inesti, L. R., & Handayani, S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Konsumen Pop Mie Cup (Studi Kasus Di Wilayah Kemanggisan Jakarta Barat). *JCA Ekonomi*, 1(2), 503–512.
- Kadir, I. A., Kelibay, I., & Refra, M. S. (2023). PERSEPSI PENGGEMAR DRAMA KOREA TERHADAP BUDAYA KOREA: STUDI KASUS KOMUNITAS X @KDRAMA_MENFESS. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.33506/jn.v8i2.2444>
- Kanda, A. S., & Auntari, N. F. (2024). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)*, 2(1).
- Keller, K. L. (2007). *Marketing Management - 12. vydání. January 2006*, 1–5. <http://books.google.cz/books?id=pkWsyjLsfGgC>
- Khairunnisa, D., & Fathurrozi, M. K. (2024). *Pandangan Konsumen Terhadap Efektivitas Brand Ambassador Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek*.
- Kotler, Keller, Cunningham, & Sivaramakrishnan. (2017). Department of Marketing and Consumer Studies College of Management and Economics Advanced Marketing MCS 3000 / FALL 2010. *Marketing Management*.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Makbul, M. (2021). METODE PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN PENELITIAN. *Fisheries Research*, 1. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo de Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOLOGICA-EF.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.fishres.2013.04.005%0Ahttps://doi.org/10.1038/s41598->
- Maulidya, N. W., & Fitriani, H. (2024). The Impact of NCT Dreams ad Brand Ambassadors and Brand Image on Consumer Impulsive Buying Behavior : A Case Study of Lemonilo Instant Noodle Consumers. *Proceedings of Femfest International Conference on Economics, Management, and Business*, 2, 302–317.
- Nur Rahma, A., Firdaus, V., & Komala Sari, D. (2024). the Influence of Brand Ambassador, Brand Image, and Price on Purchase Decisions on Skincare Product Consumer Scarlett Whitening in Sidoarjo City. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 3275–3292.
- Pratama, R. T., & Yuliati, E. (2021). Application of Theory of Planned Behavior in Consumers' Purchase Decision of Cats and Dogs Food Products. *ASEAN Marketing Journal*, 12(2). <https://doi.org/10.21002/amj.v12i2.12900>
- Sabila, B. F. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Fanatisme Penggemar Dan Perilaku*

- Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Pada Penggemar Nct Dream Di Indonesia)*. 1–207. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Safitri, A., Balkis, A. P., & Caturitama, R. F. (2024). PENGARUH VARIASI PRODUK INDOMIE RASA RENDANG DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Neraca Manajemen, Ekonomi; Vol 6 No 11 Tahun 2024*, 6(11).
- Samsiyah, S. N., Amalia, N. R., & Regita, N. A. (2022). Pengaruh Idol Kpop Sebagai Brand Ambassador, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *Solusi*, 20(4), 403. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i4.6069>
- Sandi Fatahillah. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure Di Kota Makassar*. 19–21.
- Santoso, A. (2010). *STUDI DESKRIPTIF EFFECT SIZE PENELITIAN-PENELITIAN DI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS SANATA DHARMA*.
- Sari, A. J., Udayana, I., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v43i2.644>
- Sarmigi, E., Sumanti, E., & Azhar, A. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 20–29. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3501>
- Setiawan, Z. F. (2023). *PENGARUH PRODUCT QUALITY, GREEN MARKETING DAN PERSONAL BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE LEMONILO DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada Konsumen Lemonilo Di Bandar Lampung)*. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2019.01.002%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cstp.2023.100950%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.04.007%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.trd.2021.102816%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.tra.2020.03.015%0Ahttps://doi.org/10.1016/j>
- YULIANI, E. (2024). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR IDOL K-POP, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA E-COMMERCE SHOPEE 2018-2022)*. www.aging-us.com
- Yuliaputri, Astina; Ekowati, Titin; Runanto, D. (2015). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION (Studi pada Konsumen Mie Lemonilo di Purworejo). *Volatilitas Jurnal Manajemen Dan Bisnis Vol. 6 No. 3 (2024):, 1(April)*, 158–170.
- Yusuf, D. A., Tumbel, A. L., & Woran, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Kpop Nct Dream Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Lemonilo Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 965. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43526>