

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). *Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. 6(3), 96–107. [Http://Ejournal.Unida.Gontor.Ac.Id/Index.Php/Altijarah](http://Ejournal.Unida.Gontor.Ac.Id/Index.Php/Altijarah)
- Anisa Yusuf, D., Tumbel, A. L., Djemly, W., & Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2022). *The Influence Of Nct Dream's Kpop Brand Ambassador And Product Quality On Purchase Decisions For Lemonilo Noodle Products In Manado* (Vol. 10, Nomor 3).
- Chasanah, U., Brata, D., & Sp, G. (2023). Uswatun Chasanah Dewa Brata Gilang Sp Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo. Dalam *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia Stie Widya Wiwaha* (Vol. 3, Nomor 1).
- David R., Krathwohl, & Dkk. (1973). *Taxonomy Of Educational Objective, The Classification Of Educational Goal, Handbook Ii; Affective Domain*.
- Desianti, R. P., & Wardhana, A. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Richeese Factory Paris Van Java Bandung. *E-Proceeding Of Management*, 9(3), 1593–1603.
- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (T.T.). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Februar I*, 3(1), 11–18.
- Donni Priansa. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Alfabeta.
- 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>
- Hasna Nadiya, F., & Wahyuningsih, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)*. [Http://prosiding.unimus.ac.id](http://prosiding.unimus.ac.id)
- Hendra Eka Pristiawan, Mariah, & Shandra Bahasoan. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah*. <https://www.bps.go.id/website/images/keadaan-ketenagakerjaan-indonesia-agustus->

- 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>
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Bpfe Universitas Diponegoro.
- Inesti, L. R., & Handayani, S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Pop Mie Cup (Studi Kasus Di Wilayah Kemanggisan Jakarta Barat). *Jca Of Economics*, 1, 503–512. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/102>
- Istiyanto, B., Nugroho, L., Tinggi, S., & Surakarta, I. E. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil Lcgc Di Surakarta). Dalam *Budi Istiyanto & Lailatan Nugroho Hal 1 Dari 8 Eksis* (Vol. 12, Nomor 1). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/view/75>
- Jamila, P., & Siregar, S. (2022). The Influence Of Brand Image And Lifestyle On Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 9–19. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1647>
- Keller, K., & Swaminathan, V. (2009). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Harlow : Pearson Education Limited.
- Khotimah, H., & Suryadi. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Promotion Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee). Dalam *Jurnal Manajemen Diversifikasi* (Vol. 1, Nomor 4).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Jakarta. Erlangga
- Kumar Kn, Prashanth S, & Sagar V. (2011). „Diabetic Nephropathy Patogenesis And Newer Targets In Treatment“. *International Journal Of Pharmaceutical Sciences Review And Research*, 53.
- Laksana, D. H., & Yudhiantoro, D. (2021). The Influence Of Halal Labels, Brand Image And Product Quality On The Decision To Purchase Pop Mie Cup Instant Noodle Products. *Russian Journal Of Agricultural And Socio-Economic Sciences*, 120(12), 123–135. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2021-12.13>

- Lea-Greenwood, & Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*.
- Liya, Inda., Budiono, Heru., & Sanjaya, Vicky. F. (2021). Pengaruh Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Pada. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Juni*, 4(2), 375–386.
- Muslichah Erma Widiana, & Endah Rusmawati. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk Dan Penjualan Perorangan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maspion Di Desa Seruni Gedangan Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Kinerja*.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/Iqtishaduna.V11i1.526>
- Roudhotul Jannah, A., & Author, C. (2022). Net Dream's Role As A Brand Ambassador Through Buying Interest In The Purchase Decision Of Lemonilo Noodles In Bekasi City. <https://dinastipub.org/dijms>, 4(Through Buying Interest), 8–9.
- Royan Frans M. (2005). *Marketing Celebrities*. Jakarta. Elex Media Kumpotindo
- Salsabila, S., Lina, L. F., & Novita, D. (2022). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Terhadap Keputusan Perawatan Pada Klinik Kecantikan Di Bandar Lampung. Dalam *Jurnal Technobiz* (Vol. 5, Nomor 1).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2009). *Consumer Behaviour (10th Ed.)*.
- Siskhawati, L., & Atman Maulana, H. (T.T.). *The Influence Of Brand Ambassador And Korean Wave On Purchase Decision For Neo Coffee Products*. [www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi](http://www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi)
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Alfabeta.
- Tri Utami, A., & Ellyawati, J. (2021). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140–150. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.6200>

Widhayanti, Y. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Sales Promotion, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image ( Studi Kasus Mahasiswa Undip Untuk Produk Luwak. *Universitas Diponegoro:Semarang*.

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>

