

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. 2018. *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama : Jakarta
- Agustina, R. H. 2023. Pengaruh *Brand Ambassador*, *E-WOM*, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo, 2(1). *Jurnal Ilmu Mahasiswa Merdeka (EMBA)* 2(1), 433-445.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* . Alfabeta : Bandung
- Amalia, T. W. dan R. A. Riva'I. 2022. Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Ilmu Manajemen* 10(4), 1227-1236.
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers : Jakarta
- Binekasri, R. 2022. *CNBC INDONESIA*. Retrieved from Siapakah Pemilik Lemonilo : <https://www.cnbcindonesia.com/>
- Bunyamin, S. E. 2021. *Manajemen Pemasaran* . CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Databoks.katadata.co.id. 2022. *Pendapatan Penjualan Sejumlah Merek Mi Instan di E-Commerce Indonesia (Januari-Agustus 2022)*. Retrieved from Gaet NCT, Kompas Dashboard Temukan Penjualan Mi Instan Lemonilo Melonjak 154%: <https://databoks.katadata.co.id>
- Ermaningtiastuti, C. *Lemonilo Rampungkan Kolaborasi Bersama NCT Dream* : <https://www.marketeers.com/lemonilo-rampungkan-kolaborasi-bersama-nct-dream>
- Fahirra, H. dan L. A. Andjarwati 2022. Pengaruh *Korean Wave* dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Album Official BTS. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 148 - 159.
- Febriani, A. dan N. H. Cahya. 2023. Pengaruh *Brand Ambassador*, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Scarlet Whitening Di Kota Semarang 2(3). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , 150-162.
- Firmansyah, A.M. 2023. *Pemasaran Produk Dan Merek, Planing & Strategy*. Qiara Media.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* . Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Gunawan, D. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Market Place Shopee Berbasis Social Media Marketing* . PT. Inovasi Pratama : Padang.

- Herawati, dan S. A. Putra. 2023. Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pebelian Produk Azarine Cosmetic . *Jurnal On Education* 5(2), 4170-4178.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* . Uniuotomo.press : Surabaya.
- Jakpat.net. 2023. *Chart Top 7 Merek MI Instan.*: <https://jakpat.net/info/jakpat-chart-top-7-merek-mi-instan/>
- Juddi, F.M. 2019. *Komunikasi Budaya Dan Dokumentasi Kontemporer*. Press Unpad : Bandung
- Kotler, P. dan K. L. Keller . 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.* . PT. Indeks : Jakarta.
- _____ dan _____.2016. *Principles of Marketing, 15th Edition* . Plaeson.
- _____ dan G. Amstrong. 2021. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1 Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan* PT. Indeks : Jakarta .
- Listyarso, Y. D. dan A. E. Yulianto. 2023. Pengaruh Kulias Produk, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Inova (Studi Kasus Di Kabupaten Pacitan). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 12(5).
- Liya, I., B. Heru, dan Karmila. 2021. Pengaruh Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image, dan WOM Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Sedap Selection Korean Spicy Chicken,. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 2(1), 11-26.
- Mandasari, P. 2022. Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian, *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi* (4).
- Masslennikkov, v., N. Flimonova, dan L. F. Gaol. 2018. *Financial and Economic Tools Used in the World Hospitality Industry*. Press CRC : London, New York
- Maulana A., H. d. 2021. The Influence Of Brand Ambassador And Korean Wave On Purchase Decision For Neo Cofee Product. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 24(1), 1-7
- Maulidya, N. W. dan H. Fitria. 2022. The Impact of NCT Dreams ad Brand Ambassadors and Brand Image on Consumer Impulsive Buying Behavior: A Case Study of Lemonilo Instant Noodle *The Impact of NCT Dreams ad Brand Ambassadors and Brand Image on Consumer Impulsive Buying* (2),302-317

- Muthia, D. N. dan K. Kusumahadi .2023. Pengaruh Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk MS Glow . *e-Proceeding Of Management* 10(2) , 768-77.
- Noviandi, F. 2022. Pernyataan Resmi Lemonilo Soal Kasus Fans NCT Dream Rusak Mie Instan di Mini Market:
<https://www.suara.com/pressrelease/2022/01/26/234245/pernyataan-resmi-lemonilo-soal-kasus-fans-nct-dream-rusak-mi-instan-di-mini-market>
- Nurfiana, A. dan S. R. Hidayat. 2024. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality, dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembeelian (Studi Pada Konsumen Produk Scarlett Whitening di Universitas Budi Luhur Jakarta), *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 1(5),120-129.
- prasanti, R. P. dan A. I. N. Dewi. 2020. Dampak Drama Korea (Korean Wave) terhadap Pendidikan Remaja. *Lectura Jurnal Pendidikan*, 11(2),256-269.
- Rahmahyanti, N. R. dan N. A. Andriana. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow, *Ekonomi, Keuangan, Investasi, dan Syariah (EKUITAS)* 4(4),1143-1151.
- Riyanto, S. dan Hermawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Ekperimen)*. Deepublish : Yogyakarta.
- Rusli, S. 2021. *Tantangan adalah Peluang. Elex Media Komputindo* : Jakarta.
- Sari D. 2021. *Annyeonghaseyo: Telusur Jejak Digital Korean Wave Di Indonesia*. Deepublish.
- Schiffman, L. dan Kanuk. 2015. *Perilaku Konsumen, Diterjemahkan Oleh. Zoelkifli Kasip* . Jakarta : PT. Indeks .
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kulitatif, Kuantitatif, R & D* . Alfabeta : Bandung.
- _____ 2018. *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif, R & D* . Alfabeta : Bandung .
- _____ 2016. *Metode Penelititian Kuantitatif,kualitatif, dan R & D*. Alfabeta : Bandung.
- Susanti, E. M. 2021. Consumer Brand Engagement On Brand Loyalty : The role Of Brand Satisfaction as a Mediating Variable). *International Conference On Intrepreneurship (ICEON)*, 306-322.
- Sutanto, E. J., L. J. Tjahyana, dan J. A. Wijayanti. 2022. Pengaruh NCT Dream Sebagai Celebrity Endorser Lemonilo Pada Brand Awareness Generasi Muda Pengguna Tiktok Di Indonesia. *Jurnal E - Komunikasi*. 10 (2).
- Waluyan, A. G., B. Lumanaw, dan H. M. Rogi. 2023. Pengaruh Kulitas Produk, Brand Ambassador, dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa S-1 Pengguna *Skincare* Scarlet Whitening Di Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado . *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* 11(1), 42-51.

Wardani, I. dan R. Dermawan. 2023. Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Of Economics And Business* 7(2),1114-1124.

Wikipedia.org. *PT. Lemonilo Indonesia Sehat* . Retrieved from <https://id.wikipedia.org/>.

Yana, E. K. 2021 : *Dijajah Korea*. Indigo Media : Tangerang.