

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiyat, A. 2022. Ini merek makanan yang sukses branding lewat idol kpop. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/05/ini-merek-makanan-yang-sukses-branding-lewat-idol-k-pop>. Diakses pada tanggal 13 Agustus 2024.
- Andrian., Indra, C., Jumawan dan Nursal, F. 2022. Perilaku konsumen. Rena Cipta Mandiri, Malang.
- Andriani, N. 2021. Manajemen merek (strategi dan pengembangannya). CV.Eureka Media Aksara, Purbalingga.
- Annur, C.M. 2023. Survei: Chitato jadi merek makanan ringan terpopuler di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/statistik/5f2fdd5bbcb79d8/survei-chitato-jadi-merek-makanan-ringan-terpopuler-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 07 Oktober 2024.
- Blibli. 2023. 3 varians tos tos dua kelinci, pilih yang mana?. <https://www.blibli.com/friends/blog/varian-tos-tos-dua-kelinci-06/>. Diakses pada 13 Agustus 2024.
- Chalifah, N dan Susilo, H. 2023. Pengaruh brand ambassador dan brand awareness terhadap minat beli di Tokopedia (studi kasus mahasiswa Universitas Surapati). *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. 15(2): 139-148.
- Cresentia, A dan Nainggolan, R. 2021. Pengaruh kredibilitas dan trustworthiness beauty influencer di Instagram terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 6(6).
- Dewantara, E dan Budiani, M.S. 2021. Hubungan celebrity endorser terhadap perilaku pembelian produk kecantikan merek X. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*. 3(4): 283-292.
- Exstrada, W. 2020. Gaya hidup dengan keputusan pembelian Iphone pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Psikologi*. 8(4): 729-737.
- Febriani, A dan Cahya, H.N. 2023. Pengaruh brand ambassador, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 2(3): 150-162.
- Febriani, N dan Hartini. 2023. Peran lingkungan kerja dan produktivitas terhadap kinerja karyawan di PT Dua Kelinci. *Larisa Ekonomi*. 1(1): 12-25.
- Fergiyanti, D.S.A dan Nangameka, Y. 2018. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian beras IR 64 di Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*. 16 (2).
- Fiqriansyah, M., Putri, S.A., Syam, R., Rahmadani, S., Frianie, T.N., Anugrah, S., Sari, Y.I., Adhayani, A.N., Nurdiana., Fauzan., Bachok, N.A., Manggabarani, A.M dan Utami, Y.D. 2021. Teknologi budidaya tanaman jagung (*Zea mays*) dan sorgum (*Sorghum Bicolor* (L) Moench). Penerbit Jurusan Biologi FMIPA UNM, Makasar.

- Firmansyah, A. 2019. Pemasaran produk dan merek (planning dan strategy). CV. Penerbit Qiara Media, Surabaya.
- Ghadani, A., Muhar, A.M dan Sari, A.I. 2022. Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*. 2(3): 110-118.
- Hardani., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E.F., Istiqomah, R.R., Fardani, R.A., Sukmana, D.J dan Auliya, N.H. 2020. Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. CV. Pustaka Ilmu Group, Yogyakarta.
- Hasan, A.M., Hadid, A., Ahmad, L dan Hasdiana. 2018. Potensi pengembangan produk olahan jagung bagi kesejahteraan masyarakat. Ideas Publishing, Gorontalo.
- Hasian, A.G dan Pramuditha, C.A. 2022. Pengaruh brand ambassador, brand awareness, brand image, dan brand loyalitty terhadap keputusan pembelian smartphone samsung di Palembang (studi kasus pada masyarakat Kota Palembang). *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*. 3(2): 115-121.
- Huslaili, M., Isyanto, P dan Sumarni, N. 2023. Pengaruh brand ambassador NCT 127 dan brand image terhadap perilaku impulsive buying produk nature republic pada penggemar NCT 127 dalam media sosial twitter. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 4(5): 7807-7817.
- Islandsun. 2022. Tren Pertumbuhan industri makanan ringan di Indonesia. <https://islandsunindonesia.com/id/tren-makanan-ringan-indonesia/>. Diakses pada tanggal 07 Oktober 2024.
- Jasaputra, D.K dan Santosa, S. 2008. Metodologi penelitian biomedis. PT. Danamartha Sejahtera Utama, Bandung.
- Kurniawan, F.J dan Kunto, Y.S. 2014. Analisa pengaruh visibility, credibility, attraction, dan power celebrity endorser terhadap brand image bedak Marcks Venus. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2(1): 1-8.
- Larasati, T.A., Amalia, N.Z dan Mawardani, N. 2022. Pengaruh idol kpop sebagai brand ambassador, brand image, dan brand awareness terhadap keputusan pembelian mie lemonilo. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. 20(4): 403-413.
- Lessil, V. 2024. Pengaruh brand ambassador dan terpaan iklan NCT DREAM X Somethinc terhadap keputusan pembelian NCT DREAM X Somethinc pada komunitas NCTZEN. *Jurnal Inovasi dan Humaniora*. 2(1): 25-38.
- Loi, F., Duha, T dan Bu'ulolo, P. 2021. Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk beras merek 888 di UD. Sofia Kecamatan Toma. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*. 4(1).
- Malensang, P.O., Tamengkel, L.F dan Punuindoong, A.Y. 2022. Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian smartphone samsung seri A di IT Center Manado. *Productivity*. 3(5), 445-451.
- Maulayanissa., Lestari, S.P dan Oktaviana, N.F. 2024. Pengaruh brand ambassador NCT DREAM dan brand awareness terhadap minat beli produk snack tos tos tortilla chips. *Jurnal Multi Disiplin Dehasen*. 3(3): 139-150.

- Monita, R. 2024. Strategi komunikasi Dua Kelinci memasarkan Tos Tos dan menangkan hati Gen Z. <https://www.marketeers.com/strategi-komunikasi-dua-kelinci-memasarkan-tostos-dan-menangkan-hati-gen-z/>. Diakses pada tanggal 23 Agustus 2024.
- Mu'ala, A. 2023. Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Bilbien's Coffe Grobogan. Seminar Nasional Keindonesiaan (FPIPSKR). 8(01).
- Mulyani, G. 2024. 10 rekomendasi snack jagung terbaik (terbaru tahun 2024). <https://id.my-best.com/137184>. Diakses pada tanggal 21 Agustus 2024.
- Ningsih, S dan Dukalang, H. 2019. Penerapan metode suksesif interval pada analisis regresi linier berganda. *Jambura Journal of Mathematics*. 1(1): 43-53.
- Paramitha, M.P. 2022. Pengaruh brand ambassador, brand image, dan brand awareness terhadap purchase decision ms glow di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. 10(1).
- Pertiwi, P.A.R.W., Dewantara, I.G.N.A dan Setyawan, E.I. 2015. Pengaruh karakteristik responden terhadap minat beli produk sampo anjing pengunjung Pet Shop Wilayah Bandung. *Jurnal Farmasi Udayana*. 4(1): 279867.
- Putra, Y.D., Lisa, L., Sutarno, S, Anggraini, D dan Supriyanto, S. 2022. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Alam Bumi Lestari. *SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)*. 1(2): 133-140.
- Roesdian, Y.O dan Budiarti, L. 2021. Pengaruh brand ambassador idol k-pop dan brand image shopee terhadap keputusan pembelian (studi pada siswa pengguna aplikasi e-commerce shopee di SMA NEGERI 3 MALANG). *Jurnal Aplikasi Bisnis*. 7(1): 129-132.
- Rahmadi. 2011. Pengantar metodologi penelitian. Antasari Press, Banjarmasin.
- Rajjudin, W.O dan Muthalib, D.A. 2022. Analisis kebutuhan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone di Kota Kendari (studi kasus pada mahasiswa pascasarjana Universitas Halu Oleo). *Journal of International Management*. 1(2): 88-105.
- Ramayanti, F. 2019. Peran brand awareness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. 6(2): 111-116.
- Razak, M. 2016. Perilaku Konsumen. Allaudin University Press, Makasar.
- Rohim. A dan Asnawi, N. 2023. Pengaruh brand ambassador dan brand awareness terhadap keputusan pembelian dimoderasi oleh brand image (studi kasus pada pengguna shopee di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 4(1): 867-878.
- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmiati dan Saputra, I. 2023. Buku ajar statistic. CV. Muharika Rumah Ilmiah, Padang.
- Sahir, S.H. 2021. Metodologi penelitian. Penerbit KBM Indonesia, Yogyakarta.
- Sari, S., Syamduddin dan Syahrul. 2021. Analisis brand awareness dan pengaruhnya terhadap buying decision mobil toyota calya di Makasar. *Journal of Business Administration*. 1(1): 37-48.

- Sejarah dan Sosial. 2023. Menyingkap sejarah kpop yang menjadi budaya pop di Indonesia. <https://kumparan.com/sejarah-dan-sosial/menyingkap-sejarah-kgop-yang-menjadi-budaya-pop-di-indonesia-20IPWj9S4Xw>. Diakses pada tanggal 13 Agustus 2024.
- Setiawan, H dan Bustan, J. 2017. Pengaruh periklanan, promosi penjualan dan pemasaran langsung terhadap keputusan kunjungan wisatawan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*. 3(1): 1-12.
- Setiawan, I., Mulyati, S., Suryani, Y., Pratiwi, R.T., Wulandini, S dan Putri, A. 2023. Analisis persepsi mahasiswa terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. 20(2): 169-177.
- Setiawan, K dan Fallo, F.A. 2010. Prospek pengembangan agroindustri olahan jagung di Kabupaten Kupang. *Partner*. 17(2): 172-180.
- Siregar, M.S., Lismadayanti dan Ardilla, D. 2023. Pembuatan tortila jagung (*Zea mays* L) dari substitusi tepung ampas tahu dan tepung jagung dengan penambahan natrium bikarbonat. *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. 17(1): 193-201.
- Siskhawati, L dan Maulana, H.A. 2021. The influence of brand ambassador and Korean wave on purchase decision for neo coffee products. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 24(1): 1-7.
- Sitorus, S.A., Romli, N.A., Tingga, C.P., Sukanteri, N.P., Putri, S. E., Ghetta, A.P.K., Wardhana, A., Nugraha, K.S.W., Hendrayani, E., Susanto, P.C., Primasanti, Y dan Ulfah, M. 2022. *Brand marketing: the art of branding*. CV. Media Sains Indonesia, Bandung.
- Sriwendiah, S dan Ningsih, W. 2022. Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian lipcream pixy (survey pada konsumen toko kosmetik Cahaya Baru Purwakarta). *Jurnal Bisnis*. 10(1): 36-50.
- Sukmawati, S.P dan Fitriyah, Z. 2021. Efek brand ambassador dan iklan terhadap keputusan pembelian. CV. Mitra Abisatya, Surabaya.
- Sugiharto, S dan Renata, M. 2020. Pengaruh ketersediaan produk dan harga terhadap pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dalam study kasus air minum dalam kemasan (AMDK) Cleo di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*. 7(1): 11.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Tobing, S.T.A., Indrayani, I.I dan Budiana, D. 2023. Efektivitas Brisia Jodie sebagai brand ambassador dalam mengkampanyekan #GenerasiKulitSehat pada followers Instagram N'Pure. *Jurnal E-Komunikasi*. 11(1).
- Umar, H. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Wachyuni, S.S., Namira, S., Respati, R.D dan Teviningrum, S. 2024. Fenomena Fear Out Missing Out (FOMO) terhadap keputusan pembelian restoran viral Karens's Diner. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*. 13(1): 89-101.
- Wicaksono, E., Nugroho, S.S dan Woroutami, A.D. 2020. Pola konsumsi dan beban PPN kelas menengah Indonesia. 4(1).
- Widodo, A dan Yusiana, R. 2023. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan usia sebagai moderator. *Jurnal Ekombis Review*. 11(1): 10411-1050.
- Yusuf, D.A., Tumbel, A.L dan Woran, D. 2022. Pengaruh kualitas produk dan brand ambassador kpop NCT DREAM terhadap keputusan pembelian pada produk mie lemonilo di Manado. *Jurnal EMBA*. 10(3): 965-974.
- Zusnory, E. 2021. Perilaku konsumen di era modern. Yayasan Prima Agus Teknik, Semarang.