

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, Nel, and Ari Andira. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan." *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4(1):897.  
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6766/5413>.
- Badan Pusat Statistik. 2023. "Rata-Rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Untuk Produk Mie Instan Dari Tahun 2019-2023." <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEyMSMy/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu--menurut-kelompok-bahan-makanan-lainnya-per-kabupaten-kota--rupiah-kapita-minggu-.html> (March 25, 2024).
- Faradasya, C.I, and Nurvita Trianasari. 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):1–9.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14755>.
- Faradasya, C.I, and Nurvita Trianasari. 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):1–9.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14755>.
- Ghadani, Amelia, Ani Muwarni Muhar, and Ade Indah Sari. 2022. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Mediasi Brand Awareness." *Insight Management Journal* 2(3): 110–18.  
 doi:10.47065/imj.v2i3.200.
- Halimi, Nafisah, Achmad Hasan Hafidzi, and Nursaidah Nursaidah. 2023. "Pengaruh Fanatisme, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Lippo Plaza Mall Jember." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 2(2): 183. doi:10.36841/jme.v2i2.2669.
- Hendayana, Yayan, and Ni'matul Afifah. 2021. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia." *Kinerja* 3(1): 32–46. doi:10.34005/kinerja.v3i1.1285.
- Hudani, Amalina. 2020. "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Social, Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian." *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 1(2): 99–107. doi:10.37631/e-bisma.v1i2.195.
- Ilmi, Sofia, Supawi Pawenang, and Fithri Setya Marwati. 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): 103–13. doi:10.29040/jie.v4i01.822.
- Indah Apriliani, Lania Muharsih, Nita Rohayati. 2021. “FANATISME DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA KOMUNITAS PENGGEMAR K-POP DI KARAWANG.” 1(1): 75–84. Article Text-1192-1-10-20221224.
- Indah Wardani, Rizky Dermawan. 2023. “Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian.” *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 7(2): 1114–24. doi:10.33087/ekonomis.v7i2.1357.
- Khoiriah, Yelia Nova, and Ginanjar Rahmawan. 2022. “Pengaruh Fanatisme, Packaging, Promotion, Dan Product Innovation Terhadap Keputusan Pembelian Produk BTS Meal Mcdonald’s Di Soloraya.” *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 3(4):601–14. doi:10.36418/jiss.v3i4.574.
- Laut Mertha, I Madhe. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Anak Hebat Indonesia. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=yz8KEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA216&dq=pengertian+analisis+data+kuantitatif&ots=souc1LzR7R&sig=0F8Cy0yV7igodNpAmr4f4-HiFAE&redir\\_esc=y#v=onepage&q=pengertian analisis data kuantitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=yz8KEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA216&dq=pengertian+analisis+data+kuantitatif&ots=souc1LzR7R&sig=0F8Cy0yV7igodNpAmr4f4-HiFAE&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian%20analisis%20data%20kuantitatif&f=false).
- Lawu, Suparman Hi, Ria Andriani, and Rani Febriana. 2021. “Dampak Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian.” 9(2): 183–92. <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1591/1341>.
- Lestari, Hesti Ayu, and Ginanjar Rahmawan. 2023. “Pengaruh Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis, Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Iphone Di Indonesia.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 11:129–37. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/20913/9287>.
- Novarianti, Ariska Dian, and Andri Ardhiyansyah. 2021. “Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Baju Bekas.” *SENMAabis: Conference Series* 1(1):30–37. <http://prosiding.senmabis.nusaputra.ac.id/index.php/prosiding/article/view/21>.
- Puji Nurjanah, Nur El Ikhsan. 2016. “Jurnal Administrasi Bisnis 2016 Jurnal Administrasi Bisnis 2016.” *Jurnal Administrasi Bisnis 2016* 4(4):1–7. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI/article/view/2516/1138>.
- Puspitasari, Nanda, Naila Aphrodite, and Eman Sulaeman. 2023. “Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc.” *Warta Dharmawangsa* 17(1): 302–14. doi:10.46576/wdw.v17i1.2943.
- Siswandi, Rizky Annisa, and Djawoto. 2019. “Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word of Mouth Erhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 8:5. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2504/2507>.

- Tridayanti, Famelia, Sylvie Nurfebriaraning, Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, and Universitas Telkom. 2022. "PENGARUH NCT DREAM SEBAGAI BRAND AMBASSADOR." 10(2):67–80.  
[https://www.researchgate.net/publication/367594797\\_PENGARUH\\_NCT\\_DREAM\\_SEBAGAI\\_BRAND\\_AMBASSADOR\\_TERHADAP\\_BRAND\\_IMAGE\\_PRODUK\\_MI\\_I NSTAN\\_LEMONILO\\_PADA\\_GENERASI\\_MUDA](https://www.researchgate.net/publication/367594797_PENGARUH_NCT_DREAM_SEBAGAI_BRAND_AMBASSADOR_TERHADAP_BRAND_IMAGE_PRODUK_MI_I NSTAN_LEMONILO_PADA_GENERASI_MUDA).
- Wahyuni, Tutik, and Amanatuz Zuhriyah. 2020. "Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk Di Toko Sari Kelapa." *Agriscience* 1(1):232–43.  
doi:10.21107/agriscience.v1i1.8005.
- Wicaksono, Muhammad Alvin, Annisa Patricia W, and Dita Maryana. 2021. "Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia." *Jurnal Sosial-Politika* 2(2): 74–85. doi:10.54144/jsp.v2i2.35.
- Winasis, Caroline Lystia Rut, Halimah Sandra Widiyanti, and Baruna Hadibrata. 2022. "Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(4): 452–62.  
<https://dinastirev.org/JIMT/article/view/957/602>.
- Yanthi, Afifah Dwi, Prasetyo Hadi, and Miguna Astuti. 2020. "Peran Korea Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree." *Prosiding Biema* 1(1):179–95.  
<https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/861/495>.
- Yusuf, D A, A L Tumbel, D Woran, Pengaruh Kualitas, Produk Dan, Brand Ambassador, Kpop Nct, et al. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Kpop Nct Dream Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Lemonilo Di Manado." 10(3): 965–74. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43526>.