



DAFTAR PUSTAKA

- Ahiffah Fathia Az-Zahra dan Ratih Hasanah Sudrajat (2021) PENGARUH BRAND AMBASSADOR NCT 127 DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NATURE REPUBLIC, 8(5), 7020.
- Budi Setiawan dan Celia Celesta Rabuani (2019) PENGARUH IKLAN DAN ENDORSER TERHADAP BRAND AWARENESS SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN, 1(1), 6-7.
- Cooper, Donald R, dan Pamela S.Schindler (2017). METODE PENELITIAN BISNIS. Buku 1 Jakarta: Salemba Empat.
- Cooper, Donald R, dan Pamela S.Schindler (2017). METODE PENELITIAN BISNIS. Buku 2 Jakarta: Salemba Empat.
- Eka Apfliya Safitri, Hj. Aida Vitria, Nurul Hasanah (2021) PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN IKLAN DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO PANTENE PADA AUDRYNA COSMETIC BANJARMASIN (Study Kasus Pada Konsumen Produk Shampo Pentene Di Kota Banjarmasin Barat).
- Firmansyah (2019). PEMASARAN PRODUK DAN MEREK. Qiara Media.
- Ghozali, Imam (2018). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM SPSS 23, Edisi: 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J. F. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS*. Edisi: 8, Cengage.
- Hamidah Lailanur Ilaisyah dan Raya Sulistyowati (2020) PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA, 8(3), 905-907.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *MARKETING MANAGEMENT*. Edisi: 3, England: Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2017). *PRINCIPLES OF MARKETING*. Edisi: 17, England: Pearson Education
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2018). *PRINCIPLES OF MARKETING*. Edisi: 17, England: Pearson Education
- Naura Qurratu'aini, Siti Nursanti, Oky Oxygentr (2021) PENGARUH CHOI SIWON PADA IKLAN MIE SEDAAP KOREAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH GENERASI Z, 5(1),32-35.

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber. 2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

3. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Rohmatul Ummat dan Kristina Anindita Hayuningtias (2022) PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND AMBASSADOR DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NATURE REPUBLIC, 5(1), 131.

Sekaran, Uma & Roger Bougie (2017a), METODE PENELITIAN UNTUK BISNIS, Edisi 6, Buku 1, Terjemahan oleh Kwan Men Yon, Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, Uma & Roger Bougie (2017b), METODE PENELITIAN UNTUK BISNIS, Edisi 6, Buku 2, Terjemahan oleh Kwan Men Yon, Jakarta: Salemba Empat.

Sofia Ilmi, Supawi Pawenang, Fithri Setya Marwati (2020) PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE (CITRA MEREK) DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE KOREAN SPICY CHICKEN, 4(1), 106-112.

Top Brand Award (2021), "MIE INSTANT DALAM KEMASAN BAG FASE 1 2021", diakses 17 Desember 2021, <https://www.topbrand-award.com/en/2021/02/mie-instant-dalam-kemasan-bag-fase-1-2021/>.

Umar, H. (2019). METODE RISET MANAJEMEN PEMASARAN. Gramedia Pustaka Utama.

Untari, Giovani (2021), "Ini 15 Selebriti Korea yang Jadi Bintang Iklan di Indonesia!", diakses 17 Desember 2021, <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/8/2020/21447/ini-10-selebriti-korea-yang-jadi-bintang-iklan-di-indonesia>.

Widhi, Luthfi (2021), "Doyan Mi, Indonesia Jadi Salah Satu Negara Dengan Konsumsi Mi Instan Terbanyak di Dunia", diakses 22 November 2021, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/08/10/doyan-mi-indonesia-jadi-salah-satu-negara-dengan-konsumsi-mi-instan-terbanyak-di-dunia>.

Widokarti dan Priansa (2019). Konsumen, Pemasaran, Komunikasi, Kontemporer. Bandung: Pustaka Setia.

Youtube (2019), "Mie Sedaap Korean Spicy Chicken x Siwon, Cobain Pedasnya!", diakses 24 November 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=VjwETptvzaw>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Jurnal Ilmiah IBIKKG (Sistem Informatika Kwik Kian Gie) diterbitkan secara berkala oleh Kwik Kian Gie School of Business