



Jurnal

Chukwu, G. C., Pius, E. E. (2021). *Brand Ambassador And Consumer Purchase Decision In Rivers State. Academic Journal*. Vol. 12 (page 262-280).

Firiahningsih, Chadijah. (2020). *Influence of Brand Ambassador on Purchase Intention and Brand Image as Intervening Variable (Case Study on Shopee Application Users in Makassar City)*. *Global Scientific Journals*, Vol. 8, Issue 6.

Hendayana, Yayan dan Afifah. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Korean Wave* terhadap Minat Belanja *Online* melalui *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 3 No. 1. Hal: 36.

Kurniawan, Chintia Nagata dan Susanto Annie. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorsement, Brand Image* dan Testimoni di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal Management & Accounting Expose*. Vol. 3 No. 2 (hlm. 98-112).

Kusumawardi Naomi, Puspita. (2021). Pengaruh *Boyband* Korea sebagai Duta Merek, Kepribadian Merek, dan Gelombang Budaya Korea terhadap Minat Beli Produk Sheet Mask: Studi Kasus pada Merek Mediheal. *Journal of Management and Business Review*. Vol. 18 No. 2. Hal: 266-280.

Mardiana, Nella Ria. (2020). Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta). *Jurnal ekonomi dan bisnis*.

Roisah, Riris., Meliawati, Yulia., & Angliawati Ria Yuli. (2021). Meningkatkan Minat Beli Melalui *Brand Ambassador*. *Jurnal Manajemen Jasa*. Vol. 3, No. 1.

Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. (2008). *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks. Dalam Rosdiana dan Haris (2018). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara Online. *International Journal of Social Science and Business*. Vol. 2, No.3.

Sudjarwo, Aleksius., Widiawati, Diah., & Suprayitno, Adi. (2022). Analisis Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada. Vol. 1. No. 1.

Website

Anindhita, M (Januari 2022), Lemonilo Umumkan NCT DREAM Sebagai *Brand Ambassador* Terbaru. Diakses pada 12 Maret 2022. <https://www.lemonilo.com/amp/blog/lemonilo-umumkan-nct-dream-sebagai-brand-ambassador-terbaru>



Badan Pusat Statistik (2022), Perubahan Tahun Dasar IHK dan NTP. Diakses pada 10 Maret 2022. <https://www.bps.go.id/news/2020/01/31/356/perubahan-tahun-dasar-ihk-dan-ntp.html>

Nurthanio (2022), Berapa Besar Konsumsi Mie Instan di Indonesia. Diakses pada 9 Maret 2022. <https://hubstler.com/berapa-besar-konsumsi-mie-instan-di-indonesia/>

PT. Lemonilo Indonesia Hebat. Lemonilo x NCT DREAM. Diakses 9 Maret 2022. <https://www.lemonilo.com/p/lemonilo-nct-dream>

Selera.id 6 Merk Mie Instan Sehat Terbaik 2022 (Maret 2022). Diakses pada 10 Maret 2022. <https://selera.id/merk-mie-instan-sehat-terbaik/>

Tim Redaksi (Mei 2021), Berkat Hot Sauce, NCT Dream Cetak Rekor Million Seller, diakses pada 12 Maret 2022. <https://voi.id/lifestyle/48653/berkat-i-hot-sauce-i-nct-dream- cetak-rekor-i-million-seller-i>.

Wiwaha, Raga Putra (2020), 7 Top Brand Mie Instan Goreng Terlaris : Mie Viral Best Wok Masuk Top 3, Ungguli Lemonilo. Diakses pada 9 Maret 2022. <https://compas.co.id/article/mie-instan-goreng/#:~:text=Lemonilo%20Selanjutnya%2C%20brand%20lemonilo%20yang%20diklaim%20merupakan%20brand,instan%20goreng%20terlaris%20dengan%20sales%20volume%20mencapai%206.3%25>.

World Instant Noodles Association (2021), Demand Rankings. Diakses pada 9 Maret 2022. <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>

Yusra, Y Juni (2021), Kantongi Pendanaan Seri B, Lemonilo Ingin Perluas Varian Produk Juga sedang kuatkan kanal distribusi melalui program wirausaha dengan konsep reseller bernama "Wiranilo". Diakses pada 10 Maret 2022. <https://dailysocial.id/post/kantongi-pendanaan-seri-b-lemonilo-ingin-perluas-varian-produk>

Skripsi

Chintia, C (2018) Skripsi: Pengaruh Iklan dan Brand ambassador terhadap Keputusan Pembelian Skincare COSRX. IBI Kwik Kian Gie.

Mardiana, Ria Nella. (2020). Bachelor thesis: Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Komestik Emina (Studi Kasus Mahasiswa Feb Universitas Ahmad Dahlan). Universitas Ahmad Dahlan.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.