

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, Herman dkk. (2022). *Dasar-Dasar Riset Dan Analisis Data Pemasaran*. Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA.
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. 6(1).
- Cita , C D. A. N., Merek & Terhadap, R. (2020). *Edunomika – Vol. 04, No. 01 (Februari 2020)*. 04(01), 103–113.
- Intisari Manajemen Pemasaran Kotler Keller/Kurnia S, Diana dkk. (2021) - Ed.1,- Cet.1.-Yogyakarta: PENERBIT ANDI.
- Indartono, Setyabudi. 2014. *Metodologi Riset SDM*. Yogyakarta: Yukaprint.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran – Ed. 13 – Jilid 1 – Northwestern University*.
- Lusyana, E. (2020). *Pengaruh celebrity endorsement dan citra merek Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia*. 2(0411), 65–75.
- Lemeshow, 1997, *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta, UGM
- Manajemen Pemasaran/Thamrin Abdullah, Francis Tantri - Ed.1, - Cet.9 – Depok: Rajawali Pers, 2021.
- Perdana, R. K., Ika, N., Wardhani, K., Manajemen, P. S., Surabaya, K., & Timur, J. (2021). *Maker : Jurnal Manajemen ketertarikan konsumen terhadap lee min ho sebagai Perusahaan yang bergerak di dalam bidang ritel e-commerce telah tersebar di seluruh negara , salah satunya ialah Lazada . Lazada menawarkan segala jenis kemudahan dalam berbelanja . 7(May), 56–63*.
- Putra, M. I. (2014). *Pengaruh brand ambassador terhadap brand image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia)*. 12(1), 1–10.
- Puspita, M. A. (2015). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image*. 8(5), 5749–5757.
- Pembelian, K. (n.d.). *Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek*.
- Rt, E., Rn, G., Dm, G., Health, P., Dw, H., & Sk, L. (2007). *Besar Sampel dan Teknik Sampling [Sample Size and Sampling Techniques]*. 97(5), 819–824.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Pt. Alfabet.

Supomon Manajemen Sumebr Daya Manusia/ Penulis R. Supomo & Eti Nurhayati. - Cet.1 – Bandung: Yrama Widya, 2018. Vi +178 hl. ; 15,5 ×24 cm.

Safitra H, R. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting , Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(1), 28–44.

Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>

Soepono, D. (2019). *Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian produk pt . Telesindo shop sebagai distributor utama telkomsel di manado effect of ambassador brand and brand image on product purchase decisions pt . Telesindo shop as telkomsel ' s m*. 7(4).

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). *Keputusan pembelian tokopedia di jakarta*. 9(021), 113–123.

<https://www.kompas.com/hype/read/2020/03/29/201916266/jadi-bintang-iklan-minuman-taeyong-nct-127-bilang-mantul>

<https://kpopchart.net/2020/03/nct-127-jadi-bintang-iklan-terbaru-nu-green-tea-taeyong-mantul.html>

