

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M. N. (2020). *Pemilihan Brand Ambassador Choi Siwon dalam Menentukan Minat Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken (Studi terhadap fans Choi Siwon Super Junior sebagai brand ambassador Mie Sedaap Korean spicy chicken)*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Agus, P. E., & Sulistyastuti, D. R. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, Dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Ananda. (n.d.). *Brand Ambassador: Pengertian, Jenis, Tugas, serta Manfaatnya*. dilihat 21 Oktober 2022 <<https://www.gramedia.com/literasi/brand-ambassador-adalah/>>. Retrieved Oktober 21, 2022, from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/brand-ambassador-adalah/>
- Andini, A. (2021, Maret 12). *Mi instan makanan segala usia, nomor dua sedunia*. Retrieved Oktober 10, 2022, from Susenas 2020: <https://lokadata.id/artikel/mi-instan-makanan-segala-usia-nomor-dua-sedunia>
- BAPPEDA. (n.d.). *Perencanaan Strategis Planning*. Retrieved November 16, 2022, from BAPPEDA: <https://bappeda.banjarbarukota.go.id/2015/01/15/perencanaan-strategis-strategic-planning/>
- BPS Provinsi D.I.Yogyakarta. (n.d.). *Jumlah Populasi Penduduk D.I.Yogyakarta*. Retrieved Oktober 30, 2022, from BPS Provinsi D.I.Yogyakarta: <https://yogyakarta.bps.go.id/>
- Callen, B. (2010). *Managers Guide to Marketing Advertising and Publicity*. America: McGraw-Hill Book.
- Dewi, D. A. (2018). Modul uji validitas dan reabilitas. *Universitas Diponegoro*.
- Dinas Kesehatan D.I.Yogyakarta. (2017, April 06). *Instan Mienya, Instan Juga Bahanya..!!* Retrieved Desember 4, 2022, from Dinas Kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta: dinkes.jogjaprovo.go.id/berita/detail/mie-instan-bahaya-kesehatan-msg-additive-konsumsi-instan-mienya-instan-juga-bahanya
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binaputra Aksara Jakarta.
- Fill, C. (1995). *Marketing Communications, Framework, Theories, Applications*. London: Prentice Hall.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Han, S. (2022, Desember 27). *NCT Dream newly enter Hanteo chart's top 10 highest first-week album sales rankings with 'Candy'*. Retrieved Desember 27, 2022,

- from All Kpop: <https://www.allkpop.com/article/2022/12/nct-dream-newly-enter-hanteo-charts-top-10-highest-first-week-album-sales-rankings-with-candy>
- KBBI. (n.d.). *KBBI Daring*. Retrieved from KBBI: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (19 ed.). Jakarta: Indeks.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kulsum, N. M. (2018). *Modul Perilaku Konsumen*. Jakarta: Universitas Nasional.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communication*. United State of America: Wiley.
- McCharty, J. E. (1986). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Homewood: IL Irwin.
- Nastain, M. (2017). *Branding dan Eksistensi Produk*. CHANNEL: Vol. 5, No.1. hal. 14-26.
- Nasution, S. (2000). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawawi, H. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Net Worth Spot. (2022, Desember 1). *NCT DREAM OFFICIAL Net Worth & Earnings*. Retrieved Desember 27, 2022, from Net Worth Spot: https://www.networthspot.com/nct_dream/net-worth/instagram/
- Oxford. (n.d.). *Oxford Dictionary*. Retrieved from Oxford Learner's Dictionaries: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
- Porter, M. E. (1996). What is Strategy? *Harvard Business Review*, 42.
- Putong, I. (2002). *Pengantar Ekonomi Mikro dan makro*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Putri, L. D. (2020). *Strategi Social Media Marketing pada Dailynoon Store untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Dailynoon.Store)*. Yogyakarta: Universita Mercu Buana.
- Rahmawati, D., Handayani, R. D., & Fauzzia, W. (2019). Pengembangan Pemasaran Produk Roti dan Pastry dengan Bauran Pemasaran 4p Di Sari Good Bakery. *Jurnal Abdimas BSI*, 2, 233-243.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Restu. (n.d.). *Media: Pengertian, Fungsi, dan Jenis yang Perlu Kamu Tahu*. Retrieved Oktober 21, 2022, from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/media/>

- Royan, F. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sari, E. P. (2018). *Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Penggunaan Jasa Aplikasi Grab Pada Mahasiswa Kampus III Mercu Buana Yogyakarta (Studi Kasus Pada Promosi Potongan Harga “Ayoyog” Grabcar)*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.
- Shrimp, T. A. (2003). *Periklanan dan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (5 ed.). (R. Sjahrial, & D. Anikasari, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustakan LP3ES Indonesia.
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sitinjak, T. J., & Sugiarto. (2006). *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Smith, R. D. (2021). *Strategic Planning for Public Relations* (6 ed.). New York: Routledge.
- Stoner, J. A., E., E. F., & Jr, D. R. (1996). *Manajemen* (6 ed.). (A. Sindoro, Trans.) Jakarta: Prenhallindo.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian Cetakan Keenam*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno, & Sutarso. (2010). *Marketing in Practice* (1 ed.). Yogyakarta: Yogyakarta Graha Ilmu.
- Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)* (5 ed.). Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunarto. (2006). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Yogyakarta.

- Suryana, A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Banten: Universitas Terbuka.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tongco, M. D. (2007). Purposive sampling as a tool for informant selection. *Ethnobotany Research & Applications*, 5, 147-158.
- Uly, S. R. (2021, Mei 25). *Lemonilo, Startup Pionir Makanan Sehat Indonesia Raih Pendanaan dari Sequoia Capital India*. Retrieved Desember 10, 2022, from Info Lemonilo: <https://www.lemonilo.com/blog/lemonilo-pionir-makanan-sehat-indonesia-raih-pendanaan-dari-sequoia-capital-india>
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image And Consumer Purchasing Decision: A Case Of Tous Les Jours In Indonesia. *International Conference on Entrepreneurship*, 294.
- Widjono. (2007). *Bahasa Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Wijaya, R. H. (2019). *Pengaruh Film Filosofi Kopi terhadap Brand Image dan Perilaku Konsumen Kedai Filosofi Kopi Jogja*. Skripsi thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.
- Yin, R. (2008). *Case Study Research: Design and Methods*. Illinois.
- Youna, K. (2013). *The Korean Wave*. London & New York: Routledge.
- Youngster. (2020, Januari 17). *Johannes Ardiant : Bisnis Makanan Sehat Untuk Bahagiakan Banyak Orang*. Retrieved Desember 10, 2022, from Youngster: <https://youngster.id/creativepreneur/johannes-ardiant-bisnis-makanan-sehat-untuk-bahagiakan-banyak-orang/>