

DAFTAR PUSTAKA

- Alan Saputro, Drs. Sugiono Sugiharto. *Pengaruh Digital Marketing Dan Brand ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markoba*. Artikel Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.
- Anggraini, I. (2020). *Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media*. Jurnal Komunikasi dan Bisnis, 8(1)
- Ayesha, Ivonne,. dkk. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022
- Bahri, R. A. (2012). *Analisis pengaruh Endorser di Sosial Media terhadap pengambilan keputusan pembelian produk dengan metode AISAS: studi kasus Telkomsel*. Universitas Indonesia.
- Firnas, M. A. *Pengaruh Korean Wave Terhadap Maraknya Produk Dan Tren Kosmetik Korea Selatan (K-BEAUTY) Di Indonesia Periode 2017-2020*
- Hendarsono, G. (2013). *Analisa pengaruh Experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen cafe buntos 99 Sidoarjo*. Jurnal Strategi Pemasaran, 1(2)
- Irene Silviani,. Prabudi Darus,. *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication*. Surabaya, Scropindo Media, 2021.
- Indriningtiyas, D. (2022). *BRAND AMBASSADOR ARTIS KOREA PADA E-COMMERCE DI INDONESIA*. Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu

- Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis, 6(2), 219-230.
- Kamilla, W. F., & Bestari, D. K. P. (2022). *Pengaruh Popularitas Nct Dream sebagai Brand ambassador dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Mi Lemonilo (Studi pada Masyarakat di Kota Bandung)*. *JIIP- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9)
- Lawu, S. H, Andriani R, Febriana R. (2021), *Dampak Brand ambassadorterdhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Kantor*, vol. 9
- Lestari, H., & Bafadhal, S. D. *Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. (2018). Universitas Brawijaya.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Rajawali Pers, Jakarta, 2007.
- Pangestu, R. (2019). *Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual*. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(2).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Prenhalindo, 2002
- Pua Tingga, C, *Seni Pemasaran Kontemporer*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022
- Purba, B., Banjarnahor, A. R., Kurniullah, A. Z., Handiman, U. T., Setiawan, Y. B., Hastuti, P.,& Jamaludin, J.. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yayasan Kita Menulis. 2021
- Rachmah, S. M. (2022). *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mi Lemonilo*. *International Journal of Sosial and Management Studies*, 3(4)
- Ridaryanthi, M (2014). *Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja*. *Jurnal visi komunikasi*, Vol. 13, no. 01

- Romli, Khomsahrial. *Komunikasi Massa*. Jakarta, PT. Grasindo, 2016
- Rozalia Rozalia, Handayani Rinuastuti, and Rusminah Hs. (2020). “*Ketertarikan Konsumen Pada Brand ambassador Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian*” *Distribusi - Journal of Management and Business* 8, no. 2
- Sari, R. K. (2019). *Viral Marketing: Memanfaatkan kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran*. CERMIN: Jurnal Penelitian, 3(2)
- Setyani, AH, & Azhari, MZ (2021). *Pengaruh Korean Wave dan Ulasan Online terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan*. *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika*, vol. 4 no 1
- Sri Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta Selatan: FEB- UP,2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013).
- Tridayanti, F., & Nurfebriaraning, S. (2022). *The Influence of Nct Dream as Brand ambassador on Brand Image of Lemonilo Instant Noodle Product Through Young Generation*. *Medium*, 10(2)
- Virginia, L. S. W. (2020). *Analisis Aisas Model Terhadap—Bts Effect “Sebagai Brand ambassador Dan Influencer*. *Journal Komunikasi*, 11(2).
- Yunan Heldi Ardian,.(2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Imperialisme Kebudayaan*. *Jurnal Perspektif Komunikasi UMJ*. Vol.1 no.1.

Situs website

Anindhita, Mondials. *Lemonilo Umumkan NCT DREAM Sebagai Brand ambassador Terbaru*. Diakses pada, 01/03/2022

Anisya Fitrianti, *Gandeng NCT DREAM Jadi Brand ambassador, Lemonilo Hadirkan Banyak Inisiatif Baru*, diakses pada 22/2/2023

Hana. *Lemonilo Startup Makanan Sehat, Mendukung Healthy Lifestyle Dengan Produk Alami dan Terjangkau*. (www.MediaStrartUp.com). Diakses pada 19/02/2023

Kemasan Lemonilo X NCT Dream Lagi Hits, Tertarik Membelinya?. (www.flexypack.com). Diakses pada 01/03/2022

Rafiqah Ully, Shella. *Hadirkan Pengalaman Belanja Terbaik, Lemonilo Luncurkan Mobile App*. (www.Lemonilo.com). Diakses pada 19/02/2023