

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Penerbit: Airlangga University Press.
- Darma, Budi (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia.
- El-Yana. (2021). *Dijajah Korea*. Tangerang: Indigo Media.
- Hartini, Rahayu. (2018). *Hukum Komersial*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hendrayani, Eka, dkk. (2020). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit: PT Grasindo.
- Kalimah, Siti dan Fadilah, Nur (2017). *Marketing Syariah Hubungan Antara Agama dan Ekonomi*. Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimiyah Genteng.
- Kurniullah, Ardhariksa Zukhruf, dkk. (2021). *Metode Penelitian Sosial*. Penerbit: Yayasan Kita Menulis.
- Kusumastuti, Adhi, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Madeswarana. (2019). *Marketing Management*. India: *Archers and Elevators Publishing House*.
- Makki, Mohammad and Sinno, Nadine (2018). *The Effects and Consequences of Migration and Immigration on the Lebanese Economy and Tourism Sector*. Published by Cambridge Scholars.
- Mattia, Giovanni, dkk. (2021). *Online Impulse Buying and Cognitive Dissonance Examining the Effect of Mood on Customer Behaviour*. Published by Springer International.
- Musfar, Tengku Firli. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Nugraha, Billy. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Penerbit CV. Radiana Pustaka Group.
- Putri, Debi Eka, dkk (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Prasetio, Adhi. dkk. (2021). *Membangun Situs E-Commerce*. Penerbit: Yayasan Kita Menulis.
- Raharjo, Farco Siswiyanto. (2019). *The Master Book of Personal Branding Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. Yogyakarta: Quadrant.
- Riyanto, Slamet dan Hatmawan, Aglis Andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Roy, Kisholoy. (2021). *Brand Marketing Perspectives & Case Studies*. Published by Kisholoy Roy.

- Saleh, Muhammad Yusuf dan Said, Miah. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar: CV Sah Media.
- Santoso, Singgih. (2017). Statistik Multivariat dengan SPSS. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sholikah, dkk. (2021). Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan. Cirebon: Insania.
- Siswosoedio, Hery S. (2008). Buku Pintar Pengurusan Perizinan & Dokumen. Jakarta: Visimedia.
- Sudarsono, Heri. (2020). Buku Ajar: Manajemen Pemasaran. Tegal: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Rifqi dan Azizi, Zaky Wahyuddin. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Kab Ponorogo: Myria Publisher.
- Unardjan, Dominikus Dolet. (2019). Metode Kuantitatif. Jakarta: Unika Atma Jaya Jakarta.
- Wisnawa, I Made Bayu, dkk. (2022). *Brand dan E-Marketing* Pariwisata. Yogyakarta: Deepublish. Yogyakarta.

JURNAL

- Arohman dan Nurani, Adelita. (2018). Pengaruh *Digital Marketing dan Brand Ambassador* Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Pada Produk Lady Fame Shop (Studi pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Muhammadiyah Pringsewu). Jurnal Kajian Ilmiah. Vol. 9. No. 2.
- Ayu, Sagia dan Syafrizal, Helmi S. (2019) Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean Wave, terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe vera. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia. Vol.5 No.2
- Azzahra, Latifah dan Nursholehah Nabila. (2022). Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* Terhadap *Impulsive Buying Behavior* Konsumen (Survey Pada Scarlett Body Whitening di Kota Bandung, Indonesia). Jurnal Kajian Ilmiah. Vol.3. No.2
- Faradasya, Cantika Indah dan Trianasari, Nurvita. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Kpop Stray Kids dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus *E-Commerce* Shopee). Jurnal. Vol 8 No.2
- Fitriany dan Kamaludin, La Ode Amijaya. (2022). Pengaruh *Korean Wave Brand Ambassador* dan *Brand Personality* Terhadap Minat Beli Produk Laneige Pada Wanita Generasi Milenial Di Kota Makassar. Jurnal Kajian Ilmiah. Vol 3, No. 1.
- Najih, Muhammad dan Amaliya, Alfi. (2022). *The Effect of Ambassador Brand and Hedonic Shopping On Impulse Buying of Shopee Applications in High School of Economics and Integrated Al-Ulum Islamic Business*. Jurnal Kajian Ilmiah. Vol.3. No.1.
- Pebriyanti, Evi dan Kusmayadi, Odang. (2022). *Brand Ambassador and Brand Personality on Decision to Purchase* Nature Republic in Karawang. Jurnal Kajian Ilmiah. Vol. 6. No. 1.
- Pranatha, Kadek ai Surya dan Subawa, Nyoman Sri, (2019). *Lifestyle Marketing, Brand Personality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty dan Impulse Buying*. Jurnal Manajemen Bisnis Vo16 No.4

- Putri, Intan Mutiara. Dkk. (2019). Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Brand Personality* Terhadap *Impulse Buying* Melalui *Positive Emotion* (Studi Pada Konsumen Matahari *Departement Store* Malang *Town Square*). *Jurnal*.
- Safitri, Rizqi Ayu, dkk. (2021). Pengaruh BTS Sebagai *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Tokopedia. *Jurnal Kajian Ilmiah*. Vol.2 No. 1
- Wiyono, dkk. (2017). Perilaku *Impulsive Buying* Konsumen ritel. *Jurnal Kajian Ilmiah*.

SKRIPSI

- Amelia, Rini. (2020). Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* dan Dampaknya terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Darma Persada.
- Arivianti, Aulia Ika. (2020). Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap Emosi Positif dan Dampaknya Terhadap *Impulse Buying* pada Konsumen Shoppe (studi pada konsumen Jakarta Timur). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Darma Persada.
- Indriani, Gresia. (2019). Pengaruh Potongan Harga dan *Store Atmosphere* terhadap Emosi Positif dan Dampaknya terhadap *Impulse Buying Behavior*. (Studi kasus pada konsumen Indomaret Sumber Jaya). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Darma Persada.
- Prabowo, Indra Jaya Krisna Gede. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli, (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY pengguna Iphone). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi.
- Sari, Nanditya Lintang (2020). Pengaruh *Brand Image* dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi kasus pengguna Samsung di Jakarta Timur). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi.

WEBSITE

- <https://databoks.katadata.co.id/> (diakses pada November 2022)
- <https://www.lemonilo.com/> (diakses pada November 2022)
- <https://twitter.com/lemonilo/status/> (diakses pada November 2022)
- <https://bekasi.tribunnews.com/2022/> (diakses pada November 2022)
- <https://instantnoodles.org/en/> (diakses pada November 2022)
- <https://food.detik.com/> (diakses pada November 2022)
- <https://www.instagram.com/> (diakses pada November 2022)