

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek*, alih Bahasa; Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama, 69.
- Agusfianto, N. P., Andayani, S. U., Sihombing, L., Setiawan, A., Amelia, D., Gunawan, C., Indraswati, T. D., Wati, K. M., Octasyilva, A. R. P., & Sari, D. P. (2023). *Pengantar Bisnis (Respons Dinamika Era Digital)*. Seval Literindo Kreasi.
- Ali, I., & Naushad, M. (2023). *Examining the influence of social media marketing on purchase intention: The mediating role of brand image*. *Innovative Marketing*, 19, 145–157.
- Alimin, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Yusuf, S. Y. M., Moonti, A., Sudarni, A. A. C., Endrawati, B. F., & Andayani, S. U. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*.
- Andarista, F., Santi Hariyani, D., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 01, 36–44.
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Kuantitatif pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Dki Jakarta). *EProceedings of Management*, 8(2).
- Arifin, Z. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol, 40(1), 135.
- Armawan, I., Sudarmiatin, Hermawan, A., & Rahayu, W. P. (2023). The effect of social media marketing, SerQual, eWOM on purchase intention mediated by brand image and brand trust: Evidence from black sweet coffee shop. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 141–152.

- Aryanti, L. W. K., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Brand Equity, Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Wine Pada PT. Hatten Bali. *EMAS*, 2(1).
- As' ad, H. A.-R., & Alhadid, A. Y. (2014). The impact of social media marketing on brand equity: An empirical study on mobile service providers in Jordan. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(1), 315.
- Chusnaini, A., & Rasyid, R. A. (2022). Social Media Marketing: Social Media Content, Brand Image, Brand Awareness And Purchase Intention. Vol. 6. Issue 2.
- Dewi, R. Y., Yulianeu, Y., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak. Com). *Journal of Management*, 3(3), 201.
- Fayza Nurhaliza Yasmine. (2022, June).  
<https://www.kompasiana.com/fayza29072/628ba120bb448606394b5943/popularitas-nct-dream-yang-semakin-tinggi-di-indonesia>. Diakses 13 November 2022.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan psikologi konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 165.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, D., Krishnan, R., Baker, J., & Borin, N. (1998). The effect of store name, brand name and price discounts on consumers' evaluations and purchase intentions. *Journal of Retailing*, 74(3), 331–352.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis 6th Edition*. Pearson Prentice Hall. New Jersey. humans: Critique and reformulation.

<https://tiktok.com/@tostos.id>. (2024, January 19).

<https://www.facebook.com/TosTos.ID>. (2024, January 19).

<https://www.instagram.com/tostosid>. (2024, January 19).

<https://www.topbrand-award.com/>. (2023, December 5).

<https://www.youtube.com/@tostostortillachips5304>. (2024, January 19).

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.

Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank* (1st ed., Vol. 2). Kencana.

Keni, K. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal [The Effect Of Packaging, Social Media Marketing And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions On Local Brand Fashion]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 15(2), 244–256.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Penerbit Erlangga, 29.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. England: Pearson, 330.

Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152–159.

Lestari, H., & Bafadhal, S. d. (2018). Pengaruh Brand Ambassador dan korean wave terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Universitas Brawijaya*.

Magdalena, P. A. (2015). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada pengguna smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23 (1).

- Meilana, S., Putri, R., Satoto, B., & Reskiputri, T. D. (2022). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Promosi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pada Followers @tokopedia (Vol. 1, Issue 6).
- Mileva, D. N. (2018). Pengaruh social media marketing dan persepsi kualitas terhadap niat beli Surabaya Snowcake (Studi pada masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446–452.
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 201.
- Naumi, M., Hidayat, C. W., & Sarwoko, E. (2023). Peran brand image sebagai mediasi pengaruh brand ambassador dan social media marketing terhadap minat beli produk. *MBR (Management and Business Review)*, 7(2), 194–203.  
<https://doi.org/10.21067/mbr.v7i2.9044>
- Nurjannah, A., & Surianto, M. A. (2022). *The Influence Of Tiktok, Brand Ambassador, And Brand Awareness On Shopee's Purchase Interest*. 1(6).
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361–375.
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9, 357–380.
- Purnamawati, ; A. (2022). The Role of Brand Ambassador and Electronic Word of Mouth in Predicting Purchase Intention. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(1), 1–21. <http://jdm.unnes.ac.id>
- Puspitaningtyas, Z., & Kurniawan, A. W. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.

- Rachmawaty, M., & Hasbi, I. (2020). Terhadap Minat Beli AMDK Ades Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan ADES di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1).
- Rante, N. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Oreo Blackpink di Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(1).
- Rinata, G., Tugi Prihatma, G., & Zaini, I. (2023). The Influence Of Brand Ambassador (Twice) And Brand Image On Buying Interest In Scarlett Whittening Products On Instagram Social Media. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 2(2).
- Romadhoni, M. (2015). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu nike pada mahasiswa FIK UNY.
- Rose, T., Nofiyanti, F., & Trisakti, S. T. P. (2020). The Brand image of interest in buying current coffee consumers in Jakarta. *Literature*, 2(1), 40–51.
- Salangka, D. B. M., Massie, J. D. D., & Tampenawas, J. L. A. (2017). Pengaruh Kelompok Acuan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriani, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sositologi*, 15(2), 233–240.
- Saritha, I. G. A. A. M., Ajnya, D., Jatra, I. M., Yasa, N. N. K., & Riana, I. G. (2023). *Brand Ambassador, Citra Merek, Dan Niat Beli: Konsep dan Aplikasi*. CV Pena Persada.
- Setiawan, O. E., Leindarita, B., Santoso, N. K., Friasantano, R., & Lidya, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Yogurt Cimory Pada Mahasiswa Stie Tanjungpinang. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(7).
- Silaen, S. (2018). *Metodologi penelitian sosial untuk penulisan skripsi dan tesis*. Bogor: In Media, 23.

- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi, F. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone. *3*(1), 1–10.
- Stanton, W. J. (1998). Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1. *Jakarta: Erlangga*, 7.
- Sufian, A., Min, C. S., Murad, M. A., & Aziz, N. A. (2020). The impact of social media marketing on sales performance of small online business. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, *7*(3), 922–940.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung, 13.
- Susan, G. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGrawHill Companies.
- Swasta, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: Bpfe, 4.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*, edisi kedua. Yogyakarta: Andi.
- Widowati, S. (2007). Teknologi pengolahan kedelai. *Kedelai–Teknik Produksi Dan Pengembangan*, 491–521.