

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, A. (2024). *Step by Step Increase Brand Awareness*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433-443.
- Aji, M., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Platform Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 9373-9392.
- Association, W. I. (2024, May 13). Demand Rankings. Retrieved from <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>
- Award, T. B. (2025). Top Brand Index. Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Mie
- Chan, S., Amin, M., Rasool, S., & Syed, O. R. (2025). From click to confirmation. The effect of hotel website quality and online reviews in fostering booking intentions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 17(2), 232-254.
- Cholil, A. M. (2018). *101 Branding Ideas Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen*. Yogyakarta: Quadrant.
- Company, T. B. (2025, January). Instant Noodles Global Market Report 2025. Retrieved from <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/instant-noodles-global-market-report>
- de Alencar, R. C. M., Gerhard, F., Sales, M. M., & Silva, F. R. D. (2025). Impact of visual appeals and brand ambassador in online food advertising on consumer purchase behaviour. *International Journal of Social Economics*.
- Destiani, G. P., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh brand ambassador dan kualitas

- produk terhadap minat beli mie sedaap korean spicy chicken di bandung. *eProceedings of Management*, 7(1).
- Dewa, C. B., Pradiatiningtyas, D., & Safitri, L. A. (2022). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Expert.
- Dwiyanti, N. M. (2024). *Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Faritzal, A., Sari, V. N., Lestri, C. S., Putri, A. G., Raihan, B., & Wendhiarko, R. H. (2021). The influence of price, product quality, and brand image on purchase decisions for ultra UHT milk products during the Covid-19 pandemic in Indonesia. *Rigeo*, 11(5).
- Firmansyah, H., Nurrachmi, I., Umiyati, H., Ariyanto, A., Putra, A. R., Rustandi, N., ... & Yudawisastra, H. G. (2022). *Teori Marketing*.
- Fitria, F., Adisti, D. T., Dea, D., Gumelar, A., & Setiawan, A. (2024). Exploration of the Role of Tiktok Content: Influencer Strategy, Affiliate Marketing, and Online Customer Reviews in Influencing Generation Z Purchasing Decisions at Shopee. *Athena: Journal of Social, Culture and Society*, 2(2), 345-356.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris Edisi 1*. Semarang: Yoga Pratama.
- Handayani, N. T., & Pradana, M. (2023). The Influence of Brand Ambassador and Advertising Appeal on A Skincare Product Purchase Decision. *WSEAS Transactions on Computer Research*, 352-361.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31-38.
- Harinie, L. T., Triyono, A., Saputri, M. E., Hanafiah, H., Arissaputra, R., Wijaya, N. N., . . . Mansur, D. M. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.

Intelektual Manifes Media.

- Hariyanto, S., Wahono, B., & Utama, S. P. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Online Costumer Review, Dan Kuailtas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 2591-2602.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Hartati, R., Sudiyono, R. N., & Yulia, Y. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Quality Product dan Customer Online Review terhadap Purchase Decision. *JUBISMA*, 6(1), 46-50.
- Islami, R. B., Wardhana, A., & Pradana, M. (2021). The Influence of Social Media Influencer and Product Quality on Purchase Decisions (Case Study on Promotion of Hand & Body Lotion Scarlett Whitening in Instagram). *In Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 560-567.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* . Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*. New York: Pearson.
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2358-2368.
- Lovely. (2025, April). Review Mie Sedaap Baruu Kolaborasi dengan Chef Devina Hermawan. Retrieved Agustus 09, 2025, from <https://vt.tiktok.com/ZSSGtk3P9/>
- Mahendra, A. S. (2021). Pengaruh Iklan, Cita Rasa, Harga Dan Brand Ambassador Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen.

- Monita, R. (2024, Maret 25). Strategi Collaborative Marketing Chitato Lite X Indomie Hadirkan Varian Baru Rasa Ayam Bawang. Retrieved from <https://www.marketeers.com/strategi-collaborative-marketing-chitato-lite-x-indomie-hadirkan-varian-baru-rasa-ayam-bawang/>
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh online customer review terhadap purchase intention dengan trust sebagai intervening pada toko online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173-194.
- Novianti, K. F., & Lestari, F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada e-Commerce Tokopedia. *Banking & Management Review*.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh online customer review, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (Studi kasus pada mahasiswa UBSI). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.
- Nurhasanah, N. (2024). *Pengaruh Online Customer Review Dan Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kecamatan Parakansalak* (Doctoral Dissertation, Nusa Putra University).
- Nursyamsiah, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador EXO dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening-Dalam bentuk buku karya ilmiah.
- Paramita, B., Jintar, C., Iranita, I., Jalal, A., Wulandari, K., & Hakimi, B. (2024). The Impact of Product Quality, Service Quality and Price On Purchasing Decisions Of Processed Marine Products, Otak-Otak Sei Enam Bintang Regency Indonesia. In *BIO Web of Conferences* (Vol. 134, p. 06003). EDP Sciences.
- Pratama, B. P. E., & Setianingrum, V. M. (2025). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Laziza. *The Commecium*, 9(3), 75-89.

- Putri, E. F. P. (2022). Penyusunan kuesioner dalam penelitian. Pusat Mata Nasional RS Mata Cicendo Fakultas Kedokteran. Universitas Padjadjaran Bandung.
- Rahma, I. Y. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador terhadap Brand Image Produk Mie Sedaap Korean Spicy Chicken*. Bandung: Universitas Telkom.
- Rahmawati, A. I. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18-23.
- Ramadhana, R., & Ratumbuysang, M. F. N. G. (2022). Pengaruh online customer review terhadap keputusan pembelian pada marketplace: Influence of online customer review on purchase decisions on the marketplace. *Prospek*, 1(1), 157-165.
- Rangsang, R. A., & Millayani, H. (2021). The Effect Of Online Consumer Review On Customer Purchase Decision Process In The E-commerce Site Blibli.com. *eProceedings of Management*, 8(6).
- Rayya__n. (2025, Februari 15). Tweet X. Retrieved from https://x.com/rayya__n/status/1890606824413446433?t=KJGwWMFYo2aEVSigNSA_5A&s=19
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Setyanti, A., & Prastiwi, S. K. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, Dan Electronic Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Pada Generasi Z Di Kabupaten Klaten* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Sistaningsih, P. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Nct Dream Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo Melalui Citra Merk*. Bandung: Universitas Telkom.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suleman, D., Suyoto, Y. T., Sjarief, R., Sabil, S., Marwansyah, S., Adawia, P. R., & Puspasari, A. (2023). The effects of brand ambassador and trust on purchase decisions through social media. *International Journal of Data & Network*

Science, 7(1).

Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *Dialektika*, 6(1), 370408.

Sutisna, & Susan, M. (2022). *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar untuk Merancang Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Taufiq, M., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(6).

Tiana, R. E. (2024, Desember 19). Simak Karakteristik Konsumen Indonesia 2024. Retrieved from <https://goodstats.id/article/simak-karakteristik-konsumen-indonesia-ketika-berbelanja-99IKA>

Timpal, R. S., Massie, J., & Pandowo, M. (2022). The role of Brand Ambassadors on consumer purchase decision on Tokopedia Marketplace. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 652-659.

Tjiptono, F. (2022). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. ANDI.

Wafa, I. (2025, Januari 22). Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Konsisten Meningkat. Retrieved from <https://data.goodstats.id/statistic/tingkat-penetrasi-internet-di-indonesia-konsisten-meningkat-HCq1y>

Wardani, I., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 1114-1124.

Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

Wardhana, A., Kartawinata, B. R., Akbar, A., Muslimin, I., & Warusman, D. (2021). The Effect of the Use of Influencer on The Purchase Decision of MSME Culinary Products in Indonesia (Study On Snack Product Kripik Belings On Instagram). In *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (pp. 190-198).

- Wibisono, B. (2024). *150 Teknik Ampuh Branding*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Winasis, C. L. R., Widiанти, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determination of Purchasing Decisions: Price, Promotion and Product Quality (Marketing Management Literature Review). *Journal of Applied Management Science*, 3(4), 399-410.
- Zakiah, F. B., Andini, M. M., & Dewi, L. S. (2024). Analisis fenomena budaya konsumerisme fastfood bagi kalangan generasi Z. *SOSIAL: Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, 2(2), 96-102.