

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, A. P., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 10–29. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.181>
- Ahmad, R. F., & Azizah, N. (2021). Peran Sikap Pada Iklan Dalam Memediasi Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(2), 1–13.
- Aida, N. R. (2022). *Harga Tiket dan Ketentuan Nonton Konser BLACKPINK di Jakarta 2023*. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/11/16/140000565/harga-tiket-dan-ketentuan-nonton-konser-blackpink-di-jakarta-2023?page=all>
- Aliefatikha, S., Isyanto, P., & Romli, A. D. (2022). Pengaruh E-Wom Beauty Blogger Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018-2021 Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 512–523.
- Amijaya, J., & Suprayitno, H. (2018). Permodelan Bangkitan Dan Tarikan Perjalanan Moda Sepeda Motor Di Wilayah Perkotaan Gresik Tahun 2018. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 2(0), 1–10. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v2i0.4819>
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 2074–2082.
- Arifin, Z. (2017). Kriteria Instrumen Dalam Suatu Penelitian. *Jurnal Theorems (the Original Research of Mathematics)*, 2(1), 28–36.

- Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan.Bisnis.Islam*, 4(1), 55–64.
- Bahri, S., & Nisa, Y. C. (2017). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 9–15. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1395>
- Biznews. (2022). *Viral di Media Sosial, OREO kemasan BLACKPINK Ludes Diburu, Pihak Toko Kewalahan!* <https://www.pastrynbakery.com/artikel/biznews/2018-viral-di-media-sosial-oreo-kemasan-blackpink-ludes-diburu-pihak-toko-kewalahan>
- Cahyo, K. N., Martini, & Riana, E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan pada PT Brainmatics Cipta Informatika. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 1(1), 45–53. <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/article/view/44>
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 61–75.
- Evandio, A. (2022). *Dibalik Tren Masyarakat Beli Oreo Blackpink, Fans Incar Bonus Photocard.* <https://lifestyle.bisnis.com/read/20221210/220/1607302/dibalik-tren-masyarakat-beli-oreo-blackpink-fans-incar-bonus-photocard>
- Fachri. (2022). *Warganet Mengeluh Susah Temukan Oreo Blackpink, Mulai Hari Ini Produk Bisa Dibeli Secara Online!* <https://www.bola.com/ragam/read/5142481/warganet-mengeluh-susah-temukan-oreo-blackpink-mulai-hari-ini-produk-bisa-dibeli-secara-online>
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan

- Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*, 2(1), 31–36.  
<https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
- Firdaus, D. W., & Rahmawati, L. (2018). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Laporan Perhitungan Hasil Usaha. *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 3(1), 236–248.  
<https://doi.org/10.34010/aisthebest.v3i1.1815>
- Fransisca, & Yoedtadi, M. G. (2022). Analisis Pengaruh Iklan Blackpink terhadap Minat Belanja Online Pada Komunitas Blink. *Kiwari*, 1(4), 707–712.  
<http://repository.untar.ac.id/id/eprint/34365>
- Gifani, A., & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 84. [www.gadget.bisnis.com](http://www.gadget.bisnis.com)
- Hakimah, S. N., & Hartono, B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Aktor Korea Terhadap Brand Image Produk Scarlett (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Tidar). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 3(1), 49–55. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/177>
- Halisa, N. N. (2020). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia “Sistem Rekrutmen, Seleksi, Kompetensi dan Pelatihan” Terhadap Keunggulan Kompetitif: Literature Review. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 1(2 Desember), 14–22. <https://doi.org/10.34306/abdi.v1i2.168>
- Harsananda, H., & Gaduh, A. W. (2020). Ganesha Sebagai Simbol Paradigma Positivisme. *Jurnal Filsafat*, 11(1), 53–60.

- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 32–46. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1285>
- Herawan, M. N. G., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador “Blackpink” Dan Brand Image Terhadap Minat Beli di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Buana Ilmu*, 7(1), 22.
- Indrasari, M., Hapsari, I. N., & Sukei, S. (2019). Customer loyalty: effects of sales information system, marcomm, and brand ambassadors. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(2), 182. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i2.1690>
- Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu - Ilmu Sosial*. Prenadamedia Group.
- Isnani, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). The Effect of Brand Ambassador Towards Buyers Interest Tiket . Com of West Java. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 164–170.
- Johnson, B., & Christensen, L. B. (2021). *Educational research : quantitative, qualitative, and mixed approaches*. SAGE Publication, Inc.
- Kapojos, M. B. E. (2021). *Sejarah Oreo Biskuit Legendaris dan Populer, Sudah Ada Sejak 1912*. <https://www.kompas.com/food/read/2021/11/08/160400375/sejarah-oreo-biskuit-legendaris-dan-populer-sudah-ada-sejak-1912?page=all>
- Keni, W. K. S. D. (2019). Pengaruh Social Network Marketing (Snm) Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(6), 68–74. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i6.4910>

- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brandambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Niagawan*, 8(3), 197. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15579>
- Kirana, L. C., Trijayanti, R. T., & Sari, Y. I. (2020). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Dalam Instagram Meccanismoofficialshop Terhadap Brand Image Meccanismo. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 308–320. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.302>
- Kusuma, A. A., & Yandri, P. (2022). Efektifitas Penggunaan Brand Ambassador K-Pop dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan dan Merchandise K-Pop di Tokopedia. *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 14(3), 233–248. <https://doi.org/10.47768/gema.v14.n3.202207>
- Lawu, S. H., Andriani, R., & Febriana, R. (2021). Dampak Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(2), 183–192.
- Manik, S. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Kantor Camat Pendalihan Iv Koto Kabupaten Rokan Hulu. *International Journal of Social Science and Business*, 1(4), 257. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v1i4.12526>
- Media Indonesia. (2022). *Bidik Kalangan Pencinta K-Pop. Perusahaan Makanan Gandeng Blackpink*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/543186/bidik-kalangan-pencinta-k-pop-perusahaan-makanan-gandeng-blackpink>
- Monika, S. (2021). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah Terhadap Laba Bersih PT. Bank BRI Syariah. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 11. <https://doi.org/10.33087/eksis.v12i1.234>
- Nasution, M. K. M. (2018). Metodologi Riset. *Repository USU, June*, 14–27. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19668.09601>

- Nuada, I. N., Oktiani, A., Suharti, & Faezal, M. (2021). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Desain Website Dan Online Review Terhadap Minat Beli Online Di Marketplace Lazada. *Media Bina Ilmiah*, 16(1), 5961–5968.
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image Tokopedia Periode 2021. *Medium*, 10(1), 166–174. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9244](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9244)
- Parapuan. (2019). *Girly Banget, Begini Tampilan Samsung Galaxy A80 Edisi Spesial BLACKPINK. Bikin Naksir!* <https://cewekbanget.grid.id/read/061779222/girly-banget-begini-tampilan-samsung-galaxy-a80-edisi-spesial-blackpink-bikin-naksir?page=all>
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Mahalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302–314.
- Putra, A. H. P. K., Ridha, A., & As'ad, A. (2018). Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosialinstagram. *Jurnal Economic Resource*, 1(1), 86–96.
- Putri, A. V., & Irwansyah. (2020). Marketing and Advertising Strategy in Achieving the Top of Mind (Samsung Brand Case Study). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 13(2), 290. <https://doi.org/10.14421/pjk.v13i2.1935>
- Rebecca, N., Fellysia, Cung, F. G., Audina, C., & Nuraryo, I. (2022). Blackpink

as Shopee's brand ambassador: Does it influence brand image and purchase intention? *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 29(2), 1–14.  
<https://doi.org/10.46806/jep.v29i2.885>

Riama, C. O. (2021). Peran influencer dalam proses electronic word of mouth untuk meningkatkan persepsi merek. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 156–175.

Roni, S. M., Merga, M. K., & Morris, J. E. (2020). *Conducting quantitative research in education*. Berlin/Heidelberg. Springer.

Rosyadi, A. (2021). Peran Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa*, 18(2), 20–31.

Rozalia, Rinuastuti, H., & Hs, R. (2020). Ketertarikan Konsumen Pada Brand Ambassador Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Distribusi*, 8(2), 149–162.

Ruslan, R. (2019). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.

Saripudin, A., Fitriani, I. D., & Zulkarnaen, W. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di ITC Kebon Kalapa Bandung. *Sain Ekonomi Manajemen & Akuntansi Riviu*, 1 No. 3(143), 42–51.

Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21.  
<https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>

Setiowati, E. (2014). Memahami Kriteria Kualitas Penelitian: Aplikasi Pemikiran Penelitian Kualitatif maupun Kuantitatif. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 2(2), 9–15.

- Siahaan, M. D. Y., Suherman, & Saidani, B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 1–23. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2022). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Produk Bagi Pengguna Tokopedia Pada Mahasiswa/I Uinsu). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(3), 852–862.
- Sofiyanti, & Novita, D. (2020). Peran Trustworthiness , Attractiveness , Expertise Pada Minat Beli. *Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1), 1–11.
- Sterie, W. G., Massie, J. D. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 3139–3148.
- Sudirjo, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Amidis Di Semarang. *E-Jurnal Serat Acitya*, 7(1), 910–917. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/695>
- Sutra, E. O., Asmawi, A., & Sarmiati, S. (2020). Komunikasi Interpersonal Pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) kepada Keluarga Penerima Manfaat (KPM) (Studi pada PKH di Kabupaten Padang Pariaman). *Majalah Ilmiah Tabuah: Ta`limat, Budaya, Agama Dan Humaniora*, 24(1), 107–116. <https://doi.org/10.37108/tabuah.v24i1.291>
- Taufiqah, R., & Sari, O. Y. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Lokal Produk Serum Scarlett Whitening. *CAKRAWALA*, 6(1), 336–347.



- Tyas, M. N. C. (2021). *Disebut Gagal Jadi Brand Ambassador karena Kasus Video Syur, Gisel: Strategi Bisnis Kita Juga*.  
<https://wow.tribunnews.com/2021/01/15/disebut-gagal-jadi-brand-ambassador-karena-kasus-video-syur-gisel-strategi-bisnis-kita-juga>
- Utaminingsih, S. L., & Sudrajat, R. H. (2021). Pengaruh Stray Kids Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Loyalty Shopee the Influence Stray Kids As Brand Ambassador on Brand Loyalty Shopee. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 4036–4043.
- Wartono, T. (2017). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* /, 1(2), 56–61.  
<https://doi.org/10.37888/bjrm.v1i2.90>
- Wati, Y. E. (2017). Pengaruh Terpaan Iklan Mie Sedap Di Televisi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Sedap. *Social Humanity*, 1(1), 24–31.
- Yoel, D. A., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 136–145.
- Yofianti, D., & Safitri, R. (2022). Pola Pergerakan Orang di Masa Pandemi dengan Pendekatan Eksploratif di Wilayah Kepulauan Bangka Belitung. *Bentang : Jurnal Teoritis Dan Terapan Bidang Rekayasa Sipil*, 10(1), 89–96.  
<https://doi.org/10.33558/bentang.v10i1.3093>
- Zahro, A. R., & Sampeliling, A. (2021). The influence of country of origin and halal awareness and price on buying interest. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 63–71.