

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, D. R. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador group girl Twice Terhadap Brand Awareness produk Face Care Scarlett Melalui Instagram*.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/178240/slug/pengaruh-h-brand-ambassador-group-girl-twice-terhadap-brand-awareness-produk-face-care-scarlett-melalui-instagram.html>
- Aryanedi, V. V. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Arief Muhammad Terhadap Brand Awareness Tiket.com*.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/195980/slug/pengaruh-h-brand-ambassador-arief-muhammad-terhadap-brand-awareness-tiket-com.html>
- Azizah, A. C., Welsa, H., & Hutami, L. T. H. (2024). Pengaruh Brand Ambassador NCT Dream dan Social Media Marketing terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness sebagai Variable Intervening : Studi Kasus pada Konsumen Produk Lemonilo di Kota Yogyakarta. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journa*, 6(1), 302–314.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.3409>
- Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2022). *Tren Masa Depan, Peneliti BRIN Kembangkan Riset Pangan Fungsional*. Badan Riset Dan Inovasi Nasional.  
<https://brin.go.id/news/110254/tren-masa-depan-peneliti-brin-kembangkan-riset-pangan-fungsional>
- Databoks.katadata.co.id. (2020). *Siapa Konsumen Terbesar Makanan Ringan di Indonesia?* Databoks.Katadata.Co.Id.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/19/siapa-konsumen-terbesar-makanan-ringan-di-indonesia>
- Databoks.katadata.co.id. (2022). *Ini 10 Boyband K-Pop Favorit Orang Indonesia Menurut Survei KIC-Zigi*. Databoks.Katadata.Co.Id.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/25/ini-10-boyband-k-pop-favorit-orang-indonesia-menurut-survei-kic-zigi>
- dataindustri.com. (2023). *Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman*. Dataindustri.Com. <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *BRAND EQUITY TEN Strategi Memimpin Pasar*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Dzikra, A. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Tagline Dan Persepsi Kualitas Terhadap Brand Awareness Produk Pond's (Pada Masyarakat Kec. Ujungbatu Kab. Rokan Hulu)* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KHASIM RIAU]. <https://repository.uin-suska.ac.id/24845/2/GABUNGAN.pdf>
- Firmansyah, A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. CV. Penerbit Qiara Media, Pasuruan, Jawa Timur.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- HARISKI, O. (2018). *PENGARUH TAGLINE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND AWARENESS PADA J&T EXPRESS DI BANDAR LAMPUNG* [INSTITUT INFOMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA BANDAR LAMPUNG]. <http://repo.darmajaya.ac.id/id/eprint/492>
- Hertanto, E. (2017). PERBEDAAN SKALA LIKERT LIMA SKALA DENGAN MODIFIKASI SKALA LIKERT EMPAT SKALA. *Academia.Edu, Metodologi Penelitian*, 4.  
[https://doi.org/https://www.academia.edu/34548201/PERBEDAAN\\_SKALA\\_LIKERT\\_LIMA\\_SKALA\\_DENGAN\\_MODIFIKASI\\_SKALA\\_LIKERT\\_EMPAT\\_SKALA](https://doi.org/https://www.academia.edu/34548201/PERBEDAAN_SKALA_LIKERT_LIMA_SKALA_DENGAN_MODIFIKASI_SKALA_LIKERT_EMPAT_SKALA)
- indonesiabaik.id. (2023). *Pengguna Internet Indonesia Paling Banyak Usia Berapa?* Indonesiabaik.Id. <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-indonesia-paling-banyak-usia-berapa>
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2014). *METODOLOGI PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. PT Refika Aditama.
- islandsunindonesia.com. (2022). *Tren Pertumbuhan Industri Makanan Ringan di Indonesia*. Islandsunindonesia.Com. <https://islandsunindonesia.com/id/tren-makanan-ringan-indonesia/>
- Justica, A. (2021). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR NCT 127 TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK NU GREEN TEA*.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/168790/slug/pengaruh-brand-ambassador-nct-127-terhadap-brand-image-produk-nu-green-tea.html>
- Kementerian Perindustrian Indonesia. (2022). *Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022*. Kemenperin.Go.Id.
- Kpopchart. (2022). *NCT DREAM Sukses Raih 4 Trofi Penghargaan di The Fact Music Awards 2022*. Www.Kpopchart.Net.  
<https://www.kpopchart.net/events/pr-9166314946/nct-dream-sukses-raih-4-trofi-penghargaan-di-the-fact-music-awards-2022>
- Lestari, V. W., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(1), 9–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.13.1.9-16>
- Liputan6. (2023). *Daftar Pemenang Seoul Music Awards 2023, NCT Dream Raih Penghargaan Daesang*. Www.Liputan6.Com.  
<https://www.liputan6.com/regional/read/5185020/daftar-pemenang-seoul-music-awards-2023-nct-dream-raih-penghargaan-daesang>
- Maharani, T. S., & Widodo, A. (2023). THE IMPACT OF BRAND AMBASSADOR ON INVESTMENT INTEREST: THE MEDIATING EFFECTS OF BRAND AWARENESS AND BRAND TRUST. *Proceeding of International Conference on Innovations in Social Sciences Education and Engineering*, 3, 72.  
<https://conference.loupiasconference.org/index.php/icoissee3/article/view/413>
- Monita, R. (2024). *Strategi Komunikasi Dua Kelinci Memasarkan TosTos dan*

- Menangkan Hati Gen Z*. Marketeers.Com.  
<https://www.marketeers.com/strategi-komunikasi-dua-kelinci-memasarkan-tostos-dan-menangkan-hati-gen-z/>
- NAVER. (2021a). *NCT 127-NCT DREAM's album sales exceed 3 million copies, "double luck."* N.News.Naver.Com.  
<https://n.news.naver.com/entertain/article/108/0003002882>
- NAVER. (2021b). *NCT DREAM's "Taste" album sales exceed 2 million copies in just 16 days [Official]*. Entertain.Naver.Com.  
<https://entertain.naver.com/now/read?oid=108&aid=0002958330>
- Novelia, N., & Yeodtadi, M. G. (2023). THE USE OF BRAND AMBASSADOR "TREASURE" FOR THE MANYO FACTORY COMPANY'S BRAND AWARENESS. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(1), 606–612. <https://doi.org/10.24912/ijassh.v1i1.25917>
- Nugroho, A. S., & Haritanto, W. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Statistika (Teori, Implementasi & Praktik SPSS)*. Penerbit ANDI.
- Pamungkas, I. N. A. (2019). *Brand To Brand 2nd Episode*. Penerbit Megatama, Bandung.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS (Praktis dan Mudah Dipahami Untk Tingkat Pemula dan Menengah)*. Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Putri, L. A. Z., & Hasanah, R. (2023). *Pengaruh Iklan Marketplace Menggunakan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness (Studi Pada NCT 127 Sebagai Brand Ambassador)*.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/199151/slug/pengaruh-iklan-marketplace-menggunakan-brand-ambassador-terhadap-brand-awareness-studi-pada-nct-127-sebagai-brand-ambassador-.html>
- Rifqy, F. J. (2023). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR SHENINA CINNAMON DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND AWARENESS BARENBLISS*.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/197790/slug/pengaruh-brand-ambassador-shenina-cinnamon-dan-electronic-word-of-mouth-terhadap-brand-awareness-barenbliss-bnb-.html>
- Sholikhah, S. F., & Susilowati, L. (2021). THE EFFECT OF THE AMBASSADOR BRAND AND WORD OF MOUTH ON THE HONDA VARIO BRAND AWARENESS at MPM MOTOR NGAGEL. *Jurnal Ekonomi Balance*, 17(2), 205–213. <https://doi.org/https://doi.org/10.26618/jeb.v17i2.6276>
- Statista.com. (2023). *Snack Food - Indonesia*. Statista.Com.  
<https://www.statista.com/outlook/cmo/food/confectionery-snacks/snack-food/indonesia>
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Prenadamedia Group,

Jakarta.

- Sutanto, J. E., Tjahyana, L. J., & Wijayanti, C. A. (2022). Pengaruh NCT DREAM Sebagai Celebrity Endorser Lemonilo Pada Brand Awareness Generasi Muda Pengguna TikTok di Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2), 1–8. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/13219>
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Yung, D., & Sukendro, G. G. (2022). The Role of Brand Ambassador on Advertising in Building Brand Awareness (A Case Study of #Selaluadaselalubisa BTS Ads). *Proceedings of the 3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 655(Ticash 2021), 1196–1200. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.190>
- Yunus, U. (2019). *Digital Branding Teori dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.