

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing). *Technomedia Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i2.1905>
- Aditia, A. (2025, February 11). *Profil dan Biodata Angga Yunanda, Suami Shenina Cinnamon*. KOMPAS.Com. <https://www.kompas.com/hype/read/2025/02/11/151546566/profil-dan-biodata-angga-yunanda-suami-shenina-cinnamon?page=all>
- Al Hazmi. (2023, August 30). *Budaya Mahasiswa dan Ngopi: Di Balik Secangkir Kopi dan Diskusi Hangat*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/alhazmi/64ef4f5018333e3d2f014892/budaya-mahasiswa-dan-ngopi-di-balik-secangkir-kopi-dan-diskusi-hangat>
- Al-Fajri, D. S. (2024, October 31). *Kopi Kenangan Bersama Segelas Cappuccino: Kedai Kopi dan Jenis Kopi yang Diminati Gen Z*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/kopi-kenangan-bersama-seglas-cappuccino-kedai-kopi-dan-jenis-kopi-yang-diminati-gen-z-boBqI>
- Aliffia, S., & Purnama, H. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Song Joong-Ki Terhadap Brand Image Scarlett Whitening. *E-Proceeding of Management*, 9(2).
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. A. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati, Ed.). Penerbit Pradina Pustaka.
- Arifin, L. N., & Pratama, A. D. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Onic Supply ID pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(2). <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i2.1917>
- Ashari, R. M. H., & Sitorus, O. F. (2023). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan. *Jurnal EMT KITA*, 7(1). <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.726>

- BAKE.co.id. (2024, September 6). *Oatside: Susu Nabati Inovatif yang Merambah Pasar Global*. BAKE.Co.Id. <https://bake.co.id/oatside-susu-nabati-inovatif-yang-merambah-pasar-global/>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS. In *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*.
- Dien, R. M., Arijanto, S., & Liansari, G. P. (2022). Identifikasi Faktor yang Berpengaruh Terhadap Performansi Kerja Umkm Kota Bandung Berdasarkan Kategori Perencanaan Strategis Malcolm Baldrige Criteria for Performance Excellence (MBCfPE). *Prosiding Diseminasi FTI*. <https://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/fti/article/view/1036>
- Dimas, I., Putra, A., & Putri, C. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Prilly Latuconsina terhadap Brand Image E-Commerce Shopee: Survei pada Mahasiswa Universitas Banten. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1029–1037. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v6i1.3057>
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & 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). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). *Cetakan Ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.
- Hafni, N., Intassar Husen, T., & Chairiyaton. (2024). Pengaruh BTS Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Imageoleh Generasi Z di Tokopedia (Studi Kasus Di Kota Meulaboh-Aceh Barat. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 9135–9145. <https://doi.org/https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Jauhary, A., & Widayanti, R. (2022, April 2). *Tren Bisnis Kopi: dari “Hang-out” ke Aplikasi*. <https://news.detik.com/kolom/d-6018690/tren-bisnis-kopi-dari-hang-out-ke-aplikasi>

- Justica, A., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Terhadap Brand Image Produk Nu Green Tea. *EProceedings of Management*, 8(3).
- Lestari, S. P., & Permatasari, R. I. (2023). Pengaruh Pengalaman Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan Divisi Operasional PT. Pegadaian Galeri 24, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1). <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1027>
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-WOM) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089>
- Sanaky, M. M., Saleh, L. Moh., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11.
- Nofiawaty, N., Fitrianto, E. M., & Iisnawati, I. (2020). Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v4i1.21-30>
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador BLACKPINK terhadap Brand Image Tokopedia Periode 2021. *Medium*, 10(1). [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9244](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9244)
- Nurdiana, D., & Hasanah, S. H. (2024). Penerapan Analisis Faktor dalam Mengidentifikasi Efektivitas Aplikasi Mybb Forum Diskusi. *Jurnal Swabumi*, 12(1), 8–14.
- Nurhadi, Z. F., Kurniawan, A. W., Mujiyanto, H., Mujiyanto, H., Excelsa, A. S., & Excelsa, A. S. (2023). Strategi Komunikasi Humas Polresta Serang Kota Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media. *Communication*, 14(1). <https://doi.org/10.36080/comm.v14i1.2170>
- Nursafitri, N., & Putri, B. P. S. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Park Hyung Sik Terhadap Brand Image Avoskin. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1). <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.4021>

- Priscilia, T. D., Putra, R. P., & Chendana, N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Babe Cabita dan Marshel Widiyanto terhadap Brand Image Ms Glow for Men. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(3). <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i3.2043>
- Puspa Ayu Wulandari, K., Salmiyah Fitrah, D., & Bunga Gracia, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Yasmin Napper Terhadap Brand Image Kosmetik Wardah. *Desember*, 10(6), 4448–4454.
- Puspita Sari, W., Putriana, M., Salma Haura, N., Amaylia Putri, S., Cendra Swari, N., Zulmi, N., Revina Adelia B, K., & Edmund Macario S, Y. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Cinta Laura terhadap Brand Image Fore Coffee. *Nivedana: Journal of Communication and Language*, 5(3). <https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i3.1257>
- Putri, M. O., & Sabardini, S. E. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Kasus Produk Skincare Whitelab Pada Masyarakat Di Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 4(1).
- Rahim, R. (2022). Pengaruh Endors Selebgram Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Gallery Phone Makassar. *Bongaya Journal of Research in Management (BJRM)*, 5(2). <https://doi.org/10.37888/bjrm.v5i2.392>
- Riantrisnanto, R. (2023, January 5). *Film Mencuri Raden Saleh Tayang di Netflix, Ini Deretan Penghargaan yang Dicapai*. LIPUTAN6. <https://www.liputan6.com/showbiz/read/5172414/film-mencuri-raden-saleh-tayang-di-netflix-ini-deretan-penghargaan-yang-dicapai?page=4>
- S, Y. S., & Fitriawati, D. (2023). Efektivitas @foximasmandiri Branding Produk Sepatu Guna Menarik Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Audience*, 6(2). <https://doi.org/10.33633/ja.v6i2.8310>
- Sagita, S., Puspita Sari, W., & Nadia Fatimah, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Red Velvet Dalam Iklan “My Beauty My Rule” Terhadap Brand Image Azarine Cosmetic (Survei Pada Followers Instagram @Azarinecosmeticofficial Periode Maret 2024). *PROMEDIA, (Public*

- Relation dan Media Komunikasi*, 10(1), 37–56.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52447/promedia.v10i1.7493>
- Sakinah, A., Juwagianoro, B., Sari, D. E., Wilhar, D. W., & Putra, R. B. (2023). Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Kopi Kenangan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu Nusantara*, 1(1).
<https://doi.org/10.61674/jimin.v1i1.50>
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2024). *SPSS untuk Penelitian* (Florent, Ed.). Penerbit Pustaka Baru Press.
- Sukmawati, S. P., & Fitriyah, Z. (2021). *Efek Brand Ambassador dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian*. CV. Mitra Abisatya.
- Sutandi, S., & Aulia, S. (2023). Analisis Brand Ambassador Jerome Polin Pada Brand Menantea. *Prologia*, 7(1). <https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.15812>
- Tiara Amalia, W. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(04).
- Tokoh, P. (2024, August 8). *Biodata Angga Yunanda, Aktor Tampan dan Berbakat*. Kumparan. <https://kumparan.com/profil-tokoh/biodata-angga-yunanda-aktor-tampan-dan-berbakat-23HVDToC9w7>
- Utami, P., Diah Delima, I., Irianti, E., Studi, P., & Komunikasi, I. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Peningkatan Brand Awareness Pada Produk Hanasui. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 883–892.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.11195961>
- Wardani, S., & Permatasari, R. I. (2022). Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (PNS) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (PENERBAD) Di Tangerang. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.862>
- Wen, K., & Oktavianti, R. (2023). Peran Brand Ambassador Perusahaan E-Sport dalam Menumbuhkan Loyalitas Penggemar. *Kiwari*, 2(4).
<https://doi.org/10.24912/ki.v2i4.27274>