

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, G., & Tecoalu, M. (2017). Pengaruh Pemasaran Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Citra Merek pada Produk Nike. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 143. Diakses tanggal 30 November 2022
- Ainun Zahara, L., & Ilfandy Imran, A. (2020). Pengaruh Emotional Branding Dan Emotional Connection Compass Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 7341–7352. Diakses tanggal 30 November 2022
- Angela Gunawan, P., & Sondang Kunto, Y. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 48–56. Diakses tanggal 1 Desember 2022
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Center, K. I. (2022). *Merek Makanan Paling Sukses Dipromosikan oleh Idol Kpop 2022*. Tersedia: <https://goodstats.id/article/merek-makanan-paling-sukses-dipromosikan-oleh-idol-kpop-2022-OdWrz>. [21 Desember 2022]
- Compas.id. (2022). *7 Top Brand Mie Instan Goreng Terlaris : Mie Viral Best Wok Masuk Top 3, Ungguli Lemonilo*. Tersedia: <https://compas.co.id/article/mie-instan-goreng/> [27 Desember 2022]
- Fahira, L., & Syahputra. (2021). Pengaruh Brand Image dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Cold' N Brew. *JIMEA/Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 2387–2397. Diakses tanggal 6 Januari 2023
- Fakhri, R. A. (2021). Pengaruh Keadilan Organisasi Pengembangan Karir, Dan Budaya Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Kasus Pada PT. Pertamina Training and Consulting. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25. Diakses tanggal 7 Juli 2023
- Ferlina, A. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Firmansyah, H. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cirebon: Penerbit Insania.
- FlexyPack. (2022). *Kemasan Lemonilo X NCT Dream Lagi Hits, Tertarik Membelinya?* Tersedia: <https://flexypack.com/news/kemasan-lemonilo-x-nct-dream> [5 Desember 2022]
- Gancar Widyamukti, A. (2018). *Pahami 5 Fakta Mengejutkan Tentang Mie Instan yang Tak Banyak Orang Tahu*. Tersedia: <https://bolastylo.bolasport.com/read/17958000/pahami-5-fakta-mengejutkan-tentang-mie-instan-yang-tak-banyak-orang-tahu?page=all>. [1 Desember 2022]
- Hijra. (2022). Pengaruh Korean Wave Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Scarlett di Makassar). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 1–15. Diakses tanggal 1 Desember 2022

- Karnowati, N. B., & Handayani, E. (2021). Emotional Branding Pembelian Sepeda Lipat Di Era Covid-19. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 1–10. Diakses tanggal 7 Juli 2022
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Lemonilo. (2022). *Ketahui Informasi Nilai Gizi dan Komposisi Mie Lemonilo*. Tersedia: <https://www.lemonilo.com/blog/ketahui-informasi-nilai-gizi-dan-komposisi-mie-lemonilo>. [5 Desember 2022]
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Marketeers. (2022). *Kisah Di Balik Lemonilo Gaet NCT Dream Sebagai Brand Ambassador*. Tersedia: <https://www.marketeers.com/kisah-di-balik-lemonilo-gaet-nct-dream-sebagai-brand-ambassador/> [5 Desember 2022]
- Muthiah, F., & Setiawan, B. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic, Dan Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(2), 259. Diakses tanggal 2 Desember 2022
- Mutia Cahya, F., Aryati Diah Purnomo Wulan, I., & Damayanti, R. (2019). Analisis Celebrity Endorsement, Variasi Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 88–101. Diakses tanggal 2 Desember 2022
- Nandy. (2021). *Manajemen: Pengertian Menurut Para Ahli, Fungsi, Tujuan, & Prinsip*. Tersedia: <https://www.gramedia.com/best-seller/manajemen/>. [13 Desember 2022]
- Novika, W. B., Andayani, S., Made, N., & Pratiwi, I. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Fanatisme Penggemar Terhadap Minat Beli Para K-Popers Di Kota Surabaya Pada Produk Mie Instan Lemonilo. *Seminar Nasional 2022*, 1(1), 21–24. Diakses tanggal 2 Desember 2022
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi*. Padang: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Orba Manullang, S. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–13. Diakses tanggal 3 Desember 2022
- Pratama, A., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(1), 31–40. Diakses tanggal 4 Desember 2022
- Putri Melinda, P. (2020). Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*, 16–17. Diakses tanggal 7 Juli 2022
- Rachmawati, A. (2018). *Pengaruh Strategi Emotional Branding Dan Religious Behavior Terhadap Satisfaction Serta Dampaknya Pada Loyalty Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Halal-Labeled Product Himalaya Herbals)*.

- Rahmadani, S., Rosmanely, S., & Nurliyah. (2022). *Citra Merek (Brand Image) Dan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan*. CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Ramadaniati, R., Fitlya, R., & Lestari, W. (2022). Pengaruh Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian Album Kpop Di Era Covid-19. *Eksistensi*, 4(1), 20–24. Diakses tanggal 4 Desember 2022
- Rosita, & Satyawisudarini, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-Shirt Samesame Clothing). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 112. Diakses tanggal 4 Desember 2022
- Ruyatnasih, Y., & Megawati, L. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV. Absolute Media.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. Diakses tanggal 7 Juli 2022
- Sri Wahyuni, W. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Di Official Shop Scarlett Tokopedia*. Universitas Galuh.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Edisi Ke-2*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulastri, S. (2017). Analisis Kadar Monosodium Glutamat (MSG) pada Bumbu Mie Instan yang Diperjualbelikan di Koperasi Wisata Universitas Indonesia Timur. *Jurnal Media Laboran*, 7(1), 5–7. Diakses tanggal 30 November 2022
- Thabrani, G. (2022). *Manajemen Operasional: Pengertian, Fungsi, Ruang Lingkup, dsb*. Tersedia: <https://serupa.id/manajemen-operasional-pengertian-fungsi-ruang-lingkup-dsb/>. [4 Desember 2022]
- Tisnawati Sule, E., & Saefullah, K. (2017). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Tyas, Irawan, B., Prasodjo, A., & Manajemen, J. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147. Diakses tanggal 4 Desember 2022
- Unimma. (2022). *NCT Dream X Lemonilo: Ajak Generasi Muda Untung Mengikuti Gaya Hidup Sehat*. Tersedia: <https://unimmafam.com/nct-dream-x-lemonilo-ajak-generasi-muda-untung-mengikuti-gaya-hidup-sehat/>. [5 Desember 2022]
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Diakses tanggal 6 Desember 2022
- Yunuri Nadya, F. (2022). *Lagi Booming, Gaya Hidup Sehat Tak Ingin Cuma Jadi Tren Sesaat*. Tersedia: <https://www.dream.co.id/lifestyle/tren-gaya-hidup-sehat-semakin-meningkat-pemilihan-bahan-makanan-organik-pun-semakin-diminati-221001x.html>. [30 November 2022]

