

DAFTAR PUSTAKA

- “About - ABC Corporate,” Abcpresident.com. 2018 – 19 Februari, 2021 - <https://abcpresident.com/en/about>.
- “B2B - ABC Corporate.” Abcpresident.com. 2020 – 19 Februari, 2021 - <https://abcpresident.com/en/b2b>.
- “NCT 127.” SMTown Wiki, 2016. https://smtown.fandom.com/wiki/NCT_127.
- “Nu Green Tea - ABC Corporate,” Abcpresident.com, 2020. Diakses pada 28 Juli, 2020, https://abcpresident.com/en/product_items/nu-green-tea-1.
- “Nu Green Tea - ABC Corporate.” Abcpresident.com, 2020 – 1 Agustus, 2020 - https://abcpresident.com/en/product_items/nu-green-tea-1.
- “SM Entertainment.” Smentertainment.com, 2017 – 19 Februari, 2021 - <https://www.smentertainment.com/Overview/Introduction>.
- “Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap | Top Brand Award.” <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015
- Adam, Muhammad Amir dan Nazish Hussain. “Impact of Celebrity Endorsement on Consumers Buying Behavior.” *British Journal of Marketing Studies*. Vol. 5 No. 3 (2017)
- Ahmed, Rizwan Raheen. Dkk. “Impact of Product Packaging on Consumer's Buying Behavior.” *European Journal of Scientific Research*. Vol. 120 No. 2 (2014)
- Akram, Saima, dkk. “Factor Influence Effectiveness of Celebrity Endorsement in Advertising.” *British Journal of Marketing studies*. Vol. 5 No. 1 (2017)
- Amirullah. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015

- Anisa, Rosyida. "Pengaruh Kemasan Produk dan Merk Teh Celup Sariwangi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 2 No.2 (2017)
- Apriyanti, Masayu Endang. "Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan." *Sosio E-kons*. Vol. 10 No. 1 (2018)
- Bahri, Syabbul. "Hukum Promosi Produk dalam Perpektif Hukum Islam." *Episteme*. Vol. 8 No. 1 (2018)
- Bancin, Elma Lisa. "Anggota Tak Terbatas, NCT Berkembang Lewat Sub Unit." kumparan. 23 January, 2019. <https://kumparan.com/kumparank-pop/anggota-tak-terbatas-nct-berkembang-lewat-sub-unit-1548220780723204996>
- Basith, Abdul dan Faris Fadhilah. "Analisis faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk pada McDonald's di Jatiasih Bekasi." *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*. Vol. 9 No. 3 (2018)
- Budiyanto, Aris dan Sri Yanthy Yosepha. "Pengaruh Citra dan Kesadaran Merk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Teh Hijau Dalam Kemasan Siap Minum." *Jurnal Ilmiah M-Progress*. Vol. 9 No. 2 (2019)
- Febriyanti, Rizky Suci dan Aniek Wahyuati. "Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5 No. 2 (2016)
- Fendler, Ute. "SM Entertainment: From Stage Art to New Culture Technology (NCT)." *Culture and Empathy* Vol. 2, No. 3 (2019) DOI: 10.32860/26356619/2019/2.3.0005
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2013
- Hantoro, Maulana Risky dan Bambang Mardiono. "Eksplorasi Desain Kemasan Berbahan Bambu sebagai Produk Oleh-Oleh Premium dengan Studi Kasus Produk Makanan UKM Purnama Jati Jember." *Jurnal Sains dan Seni ITS*. Vol. 7 No. 1 (2018)

- Harminingtyas, Rudika. "Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model VIEW dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe di Kota Semarang," *Jurnal STIE Semarang*. Vol. 5 No. 2 (2013)
- Hasmawati dan Zakiyah Zahara. "Peran Atribut Produk dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Wardah di Palu." *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. Vol. 6 No. 1 (2020)
- Hassan, Syed Rameez ul dan Raja Ahmed Jamil. "Influence of Celebrity Endorsement on Customer Purchase Intention for Existing Products: A Comparative Studi." *Jurnal of Management Info*. Vol. 4 No. 1 (2014)
- Hikmawati. "The Influence of Credibility and Attractiveness of Baeuty Vlogger as a Celebrity Endorser on Customer Purchase Intention." *Manajemen Bisnis*. Vol. 9 No. 1 (2019)
- Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014
- Khasanah, Rani Nur, dkk. "Pengaruh Kemasan, Label Halal dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Kemasan Kosmetik Wardah di Kota Palembang)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan (JEMBATAN)*. Vol. 11 No. 2 (2014)
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. terj. Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks, 2004
- Limbong, Edo Galasro dan Febrian Adi Pratama. "Komunikasi Visual Perancangan Kemasan Kue Akar Kelapa Berdasarkan Unsur-Unsur VIEW." *Jurnal Magenta STMK Trisakti*. Vol. 3 No. 2 (2019)
- Lomboan, Syutria. "The Impact of Celebrity Endorser on Brand Image." *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*. Vol.1 No. 3 (2013)
- Maharani, Dian. "Jadi Bintang Iklan Minuman, Taeyong NCT 127 Bilang Mantul - Kompas.com." KOMPAS.com. 29 Maret, 2020, <https://amp.kompas.com/hype/read/2020/03/29/201916266/j-adi-bintang-iklan-minuman-taeyong-nct-127-bilang-mantul>.

- Mashfufah, Amalia. "Kajian Hukum Jasa *Endorse* dalam Media *Social* (Instagram): Studi pada Akun Lambe Turah." *Jurnal of Islamic Business Law*. Vol. 3 No. 1 (2019)
- Mohede, Christian Elroy, dkk. "Analysis of Packaging Elements and Impact to Consumers Buying Decision using Factor Analysis Tool on Coffe Packaging Products." *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 6 No. 1 (2018)
- Morissan. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2010
- Muhammad, Abdurrahman dan Herizon. "Karakteristik Selebritas Sebagai Model Iklan dan Perannya terhadap Niat Beli Produk Sepeda Motor Yamaha pada Mahasiswa STIE Perbanas Surabaya." *Journal of Business and Banking*. Vol. 1 No. 2 (2011)
- Nasution, Hamni Fadlilah. "Pengaruh Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online pada FEBI IAIN Padangsidempuan)." *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*. Vol. 4 No. 1 (2018)
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Manajemen Pemasarn Syariah*. Kudus: STAIN Kudus, 2009
- Patimah, Annur. "*Celebrity Endorser, Brand Image & Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*." *Al-Muamalat Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 3 No. 2 (2017)
- Pratama, Abdul Aziz Nugraha dan Fetria Eka Yudiana. *Perilaku Konsumen Muslim, Religius dan Perilaku Hijrah*. Salatiga: LP2M IAIN Salatiga, 2020
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2014
- Putri, Maharani dan Sofia Trisni. "Corporate Diplomacy : Peran SM Entertainment Melalui New Culture Technology Dalam Diplomasi Publik Korea Selatan." *Padjadjaran Journal of International Relations* Vol. 3, No. 1 (2021) – 19 Februari, 2021 - <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i1.29391>.

- Radji, Djoko Lesmana dan sagita Kasim. “Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Delizza Pizza Kota Gorontalo.” *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal (AKSARA)*. Vol. 4 No. 1 (2018)
- Rahman, Puteri Nur Amira Abdi, dkk. “The Effect of Packaging Design Elements on Youth Purchase Intention of Junk Food.” *Jurnal Bisnis dan Perbankan*. Vol. 6 No. 1 (2020) doi: <http://doi.org/10.21070/jbmp.v6i1.442>
- Rosadi, Aisyah Puteri, dkk. “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Etika Endorser dalam Praktik Endorsement di Media Social Instagram (Studi Kasus pada Nurul Fatimah).” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 5 No. 2 (2019)
- Rukmini. “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di UMKM Woodenboxroomstock Medan.” *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*. Vol. 5 No. 2 (2019)
- Sa’diyah, Fitriana. “Pengaruh Inovasi Produk dan Kemasan Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Shampoo Sariayu Hijab (Studi pada Konsumen di Wilayah Surabaya Selatan).” *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 5 No. 1 (2017)
- Said, Abdul Azis. *Desain Kemasan*. Makassar: Badan Penerbit UNM Makasar, 2016
- Saputra, Ragil Asma. dkk. “Exploring the Impact of Celebrity Endorsements on the Attitudes and Purchasing Intention in Instagram.” *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. Vol. 5 No. 2 (2019)
- Sari, Ruri Aditya dan Yeni Rachmawati. “Analisis Pengaruh Parsial Kemasan, Warna, Rasa dan Pengetahuan Gizi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Siswa SD.” *Jurnal Teknovasi*. Vol. 6 No. 2 (2019)
- Sasnita, Afriyani, dkk. “Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu.” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 1 No. 2 (2019)

- Shimp, Terence A dan J. Craig Andrews. *Advertising, Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. Canada: Nelson Education, 2010
- Shimp, Terence A. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. terj. Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga, 2003
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015
- Srihartati, Evalina dan Yusri Abdillah. “Pengaruh Korean Wave dan Country of Origin terhadap Brand Awareness dan Brand Image Kosmetik Korea (Survei pada Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Konsumen Produk Kosmetik Etude House).” *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 65 No. 1 (2018)
- Subbiah, P. Venkata dan A. S. Sathish. “Exploring the Influences of Celebrity Endorser on Purchase Intention and Brand Loyalty Among Rural Youth.” *Journal of Critical Review*. Vol. 7 No. 6 (2020)
- Sudodo, Yandri. “Analisis Pengaruh Harga dan Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 4 No. 1 (2019)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2018
- Sukmawati, dkk. “Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Tupperware.” *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. Vol.1 No. 3 (2015)
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS, 2014
- Supaat, dkk. *Pedoman Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*. Kudus: Pusat Penjaminan Mutu (PPM) IAIN Kudus, 2018

- Supartha, Wayan Gede dan Desak Ketut Sintaasih. *Pengantar Perilaku Organisasi Teori, Kasus dan Aplikasi Penelitian*. Denpasar: CV Setia Bakti, 2017
- Susetyarsi. “Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan pada Kemasan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang.” *Jurnal STIE Semarang*. Vol. 4 No. 3 (2012)
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2001
- Syahrum dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2015
- Taan, Hapsari. *Perilaku Konsumen dalam Berbelanja* Yogyakarta: Zahir Publishing, 2017
- Tarmizi, Ahmad dan Ulyah. “Pengaruh Tanggal Kadaluarsa dan Label Halal pada Kemasan Produk Makanan terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Sungai Terap Muaro Jambi,” *Innovatio*. Vol. 17 No. 1 (2017)
- Widyaningrum, Premi Wahyu. “Pengaruh Label Halal dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo).” *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 6 No. 2 (2016)
- Wigati, Sri. “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Maliyah*. Vol. 1 No. 1 (2011)
- Yunita, Mega dan Elwisam. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk pada Indomaret Wilayah Pasar Minggu Jakarta Selatan.” *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 13 No. 2 (2017)
- Zahra, R. Ratika dan Nofha Rina. “Pengaruh *Celebrity Endorser* Hamidah Rachmayanti terhadap Keputusan pembelian Produk Online Shop Mayuoutfit di Kota Bandung.” *Jurnal Lontar*. Vol. 6 No. 1 (2018)