

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. N., & Mulyadi, D. (2024). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Somethinc. *Journal Sains Student Research*, 2(4), 500–509.
- Assauri, S., & Kramadibrata, B. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Haus di Galuh Mas Karawang. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 249–261.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023*. Badan Pusat Statistik (BPS). <https://www.bps.go.id/id>
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. (2025). *Kota Surakarta dalam Angka 2025*. <https://surakartakota.bps.go.id/publication/2025/02/28/33720.25005/kotasurakarta-dalam-angka-2025.html>
- Barrueta-Pinto, M., Castillo-Ortiz, M. V., & Chávez-Díaz, J. M. (2024). *Contribution of Brand Image to Consumer Behavior: A Systematic Review*.
- Efendioglu, I. H., & Durmaz, Y. (2022). The impact of perceptions of social media advertisements on advertising value, brand awareness and brand associations: Research on Generation Y Instagram users. *ArXiv Preprint ArXiv:2209.13596*.
- Evasari, A. D., & Yani, A. (2021). ANALISIS VARIASI PRODUK, KEMASAN DAN MEDIA IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KRIPIK æNADASUKAæ. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 1–9.
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus ECommerce Shopee). *EProceedings of Management*, 8(2).
- Febrianti, R. A. M., & Andhika, R. (2023). Analysis of determinants of purchase decision: The role of element of package, product quality and perceived value. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(8), 3270–3276.
- García-Salirrosas, E. E., Escobar-Farfán, M., Esponda-Perez, J. A., Millones-Liza, D.

- Y., Villar-Guevara, M., Haro-Zea, K. L., & Gallardo-Canales, R. (2024). The impact of perceived value on brand image and loyalty: a study of healthy food brands in emerging markets. *Frontiers in Nutrition*, 11, 1482009.
- GoodStats. (2024). *Survei Hallyu Luar Negeri 2024: Indonesia Jadi Negara dengan Ketertarikan Tertinggi terhadap Budaya Korea*.
<https://goodstats.id/article/surveihallyu-luar-negeri-2024-indonesia-jadi-negara-dengan-ketertarikan-tertinggiterhadap-budaya-korea>
- Hair, J. F. ; P. M. B. N. (2023). *Essentials of Business Research Methods* (5th Edition). Routledge.
- Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (2024). *SEVENTEEN's S.COUPS, WONWOO, and VERNON charmed Jakarta fans at meet & greet with Indomilk & Chitato*. Indofood.
<https://www.indofood.com/press-release/seventeens-scoups-wonwooand-vernon-charmed-jakarta-fans-at-meet-and-greet-with-indomilk-chitato>
- Jakpat. (2024). *Music Concert Trends & Fan Behaviors Report 2024*. Jakpat Indonesia.
<https://jakpat.id>
- Kapriani, K., & Jusman, I. A. (2024). The Influence of Packaging Design and Product Variations on Consumer Purchase Interest (Case Study of Azzahra Burger Products). *Forum Cendekia: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 1(1), 22–27.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Kurious; Katadata Insight Center (KIC). (2023). *Survei brand awareness makanan ringan di Indonesia tahun 2023*. Katadata Insight Center (KIC).
<https://katadata.co.id>
- Li, K. (2024). Function Mechanism of Emotional Appeal in Marketing Communication on Brand Loyalty. *Journal of Innovation and Development*, 8(3), 67–72.
<https://doi.org/10.54097/breat349>
- Liu, C., Samsudin, M. R., & Zou, Y. (2025a). The impact of visual elements of packaging design on purchase intention: Brand experience as a mediator in the tea bag product category. *Behavioral Sciences*, 15(2), 181.
- Liu, C., Samsudin, M. R., & Zou, Y. (2025b). The impact of visual elements of packaging design on purchase intention: Brand experience as a mediator in the tea bag product category. *Behavioral Sciences*, 15(2), 181.

- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh harga, brand ambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Pranoto, A. (2023). Persepsi dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Universitas Medan Area*.
- Rahayu, B. O., Santoso, A., & Setiawan, F. (2022). PENGARUH KUALITAS CITA RASA, KEMASAN PRODUK DAN KEBERSIHAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEMPE KHAS NGRAYUN. *Jurnal AKTUAL*, 20(2).
- Rahmawati, K. M. M. K. (2023). Pengaruh Brand Ambassador (Duta Merek) dan Brand Image (Citra Merek) terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Konsumen Produk Kecantikan Whitelab pada Mahasiswa di Kota Malang). *Universitas Brawijaya*.
- Sabella, V. P., Hermawan, A., & Dhewi, T. S. (2022). The influence of brand ambassador and social media marketing on purchase intention through brand image (Study on consumers “Sang Dewa Snack”). *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences*, 2(1), 120–128.
- Sinaga, S. (2022). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskuit dan Makanan Ringan PT Siantar Top Tbk Pada Siswa Siswi SMA Santa Lusia Bekasi. *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, 5(1), 51–60.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Terbaru). Alfabeta.
- Swasty, W., & Prameswari, N. S. (2022). Investigating Key Trends in New Normal Packaging Design. *Jurnal Sosioteknologi*, 21(2), 149–163.
- Syahidah, M., & Rachmi, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador (Duta Merek) dan Brand Image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Jurnal Aplikasi Bisnis. E-ISSN*, 2407–5523.
- We Are Social Indonesia. (2024). *Digital 2025*. We Are Social Indonesia. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Zulkarnain, V. C. (2021a). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Mayasi. *PERFORMA*, 6(3), 207–216.

Zulkarnain, V. C. (2021b). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Mayasi. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(3), 207–221.