

DAFTAR PUSTAKA

Anwar, M. S. N. (2023). Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Kusno, F., Radityani, A., & Kristanti, M. (2007). ANALISA HUBUNGAN BRAND STRATEGY YANG DILAKUKAN GOOTA JAPANESE CHARCOAL GRILL AND CAFE DAN BRAND EQUITY YANG SUDAH DITERIMA KONSUMEN. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(1), 43–56. <https://doi.org/10.9744/jmp.3.1.43-56>

Sulistianto, T., Rahmawati, S., & Kartika, L. (2022). STRATEGI PENINGKATAN PROFITABILITAS PROFESI *Content Creator* SEBAGAI ALTERNATIF PILIHAN KARIER ERA 4.0. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(4), 698–702. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i4.409>

Sulistio, ahmad. (2020). *branding* sebagai inti dari promosi bisnis.

Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena *Content Creator* di Era Digital. 4(2).

Yuanti, erlin. (2020). *Cooperate branding OF JOGJA PAINTING AS STARTUP COMPANY USING ITS media sosial PLATFORMS*.

Zhazaretta, A., & Djuhardi, L. (2023). Fenomenologi Konten Kreator Dalam Mengedukasi Masyarakat Melalui Media Sosial Tiktok. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial dan Humaniora*, 7(3), 23–30. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3.3323>

Aaker, J. L. (1997). Dimensions of *brand personality*. *Journal of marketing research*, 34(3), 347-356

Cho, E., & Auger, F. (2017). *Brand personality* and consumer perceptions of brand loyalty: A cross-cultural study. *Journal of Brand Management*, 24(1), 3-22.

Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage publications.

Garanti, M. A., & Kissi, E. N. (2019). The impact of *brand personality* on brand loyalty: A study of Turkish clothing brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 57(5), 602-620.

Molehog, S. (2008). *Brand personality: A theoretical review and research agenda*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 16(4), 425-445.

Morisan Setiadi, E. (2016). The influence of *brand personality* on brand loyalty: A study of Indonesian automotive brands. *International Journal of Business and Marketing Research*, 8(2), 225-238.

Sulistio, A. (2020). The impact of *brand personality* on brand loyalty: A study of Indonesian fast food brands. *Journal of Management and Marketing Research*, 16(2), 25-37.

Zippia (2023). *Brand personality: Types, benefits, and examples*.

Dix Prabowo (2020). Pengaruh media sosial instagram, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kemudahan mengakses produk terhadap niat beli konsumen (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA)

Lutfia, A., & Agustang, A.(2019) INTERAKSI SOSIAL PENGGUNA GADGET PADA SISWA SMAN 5 TANRALILI MAROS.

Sari, W. P., & Soegiarto, A. (2021). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Dalam Mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar . *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2),