

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Albarran, A. B. (2016). *The Media Economy*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203927717>
- Anindhita, W., & Rahmawati, D. (2022). *Prinsip & Praktik Jurnalisme Radio*.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2015). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Research*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Djamba, Y. K., & Neuman, W. L. (2015). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Teaching Sociology* (Vol. 30, Issue 3).
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Hendricks, J., & Mims, B. (2018). *The Radio Station: Broadcasting, Podcasting, and Streaming*. Routledge.
- Hendy, D. (2019). *Radio in the Digital Age*. Polity Press.
<https://www.masscomjournal.com>
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. A., & Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian*.
- Keller, K. L. (2015). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. In *Journal of Consumer Marketing* (4th ed., Vol. 17, Issue 3). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manegement* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Linden, H., & Sara Linden. (2017). *Fans and Fan Culture: Tourism, Consumerism and Social Media*.
- Malhotra, Naresh.K. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation*, Pearson Education Limited
- McNally, D., & Speak, K. D. (2023). *Be Your Own Brand: Achieve More of What You Want by Being More of Who You Are* (2nd ed.). Berrett-

Koehler Publishers.

Montoya, P. (2002). *The Personal branding Phenomenon*. In *Personal branding Press* (Issue 2022).

Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The brand called you: the ultimate brand-building and business development handbook to transform anyone into an indispensable personal brand*. Personal branding Press.

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

Rai, A. K., & Srivastava, M. (2015). *Customer Loyalty: Concept, Context and Character*. McGraw Hill Education.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.

Starkey, G. (2015). Radio: The Resilient Medium. In *Radio: the resilient medium: papers from the third conference of the ECREA Radio Research Section*. Palgrave Macmillan.

Widoyoko, E. P. (2016). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Pustaka Belajar.

Artikel

Agustia, S. (2024). *Pengaruh Personal Branding Marion Jola Terhadap Loyalitas Penggemar pada Akun Instagram @lamarionmj*.

Ahmad, N. A. N. B. (2022). *Pengaruh Personal Branding Grup K-Pop Terhadap Loyalitas Penggemar (Studi Kasus pada Boygroup EXO)*. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15533>

Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi di Staffe.ca Bouquet Sidoarjo. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(4).

Ariwibowo, M. F., Indra, A. M., Ihsan, T., & Triwahyuni, A. (2024). Analisis Deskripsi Pemilihan Tema Konten untuk Pemasaran Sosial Media Instagram dalam peningkatan personal Branding. *MDP Student Conference*, 924–929. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/view/7258%0Ahttps://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/download/7258/2022>

Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan

- Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920–8928. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7869. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2259>
- Bagaskara, D. A. (2024). *Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Personal Branding Penyiar Radio Kani Karas (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun TikTok @kkaniraras)*.
- Diana Novita, Aerwanto, A., Muhamad Hadi Arfian, Hanifah, H., Susanto, S., Sri Purwati, & Hedar Rusmana. (2024). Personal Branding Strategi Untuk Memenangkan Pasar. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2), 953–960. <https://doi.org/10.53625/jirk.v4i2.8081>
- Dwi, L., Dewi, R., & Fachreza, F. (2023). *Mediamorphosis Sebagai Strategi Pertahanan Eksistensi Radio Prambors 102,2 FM Jakarta*. 11(01), 1.
- Ekayulisa, Maula Nikmatul, R., & Fannan Rasyid, M. (2023). Efektifitas Self-Branding Melalui Instagram Pada Generasi Z. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1). <http://stipram.co.id>
- Hamzah, S. (2021). *Strategi Personal Branding Penyiar Radio di Kota Makassar (Studi Kasus pada Dischida Darajat dan Azis Nojeng)*.
- Hibrizi, N., Ramli, M. R., & Rachmat, I. (2024). Pengaruh Kredibilitas Sumber Nicholas Saputra & Isyana Sarasvati Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Image Kopi Kenangan pada Gen-Z di Serpong. *Forum Ilmiah*, 21(2).
- Hidayati, E. (2023). Pengaruh Personal Branding 'Jerome Polin' Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian 'Menantea' Di Pontianak Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12 no. 2.
- Lathifa, A. D. (2023). *Pengaruh Personal Branding Dan Brand Image BTS Terhadap Loyalitas Penggemar (Studi Pada ARMY Jakarta)*.
- Sagala, A. S. (2023). *Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Awareness Prambors (Studi Deskriptif pada Prambors Podcast Periode Januari – Juli 2023)*.
- Salsabila, A. F. (2024). *Pengaruh Personal Group Branding Boyband Ateez Terhadap Loyalitas Penggemar di Jakarta*.
- Satrya, R. B. (2020). *Perancangan Desain Company Profile Prambors Radio Surabaya*.
- Shinta, A., & Putri, K. Y. S. (2021). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna

Instagram. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1).
<http://journal.unj.ac.id/>

Sianipar, G. J. ., & Sinaga, J. V. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Personal Branding “Felicya Angelista” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 22. <https://doi.org/10.54367/jmb.v22i1.1737>

Sinambela, B. K., & Novendra, S. (2023). Pengaruh Personal Branding Jovi Adhiguna di Instagram Terhadap Minat Fashion Androgini (Survey pada Followers Akun Instagram @joviadhiguna). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(2). <https://doi.org/10.59408/netnografi.v1i2.3>

Sitorus, H. V. S. N., & Sembiring, Y. K. (2022). Peranan Prambors Radio Sebagai Media Komunikasi Massa Dalam Menyampaikan Informasi (Studi Deskriptif Pada Masyarakat Desa Namo Mbelin Dusun li Kecamatan Namorambe). *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 246. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i1.1561>

Sumirat, P. (2022). Pengaruh Citra Band Koes Plus Terhadap Loyalitas Penggemar Di Bandung Koes Plus Community. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 2(1). <https://doi.org/10.36441/mahardikaadiwidi.v2i1.1210>

Suprimansyah, R., & Yusuf, R. (2023). Pengaruh Personal Branding terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada followers Social Media YouTube @GadgetIn). *Jurnal Sosio Dan Humaniora (SOMA)*, 1(2). <https://doi.org/10.59820/soma.v1i2.56>

Wedyanto, C. M., & Utami, L. S. S. (2022). Pengaruh Personal Branding terhadap Loyalitas Penggemar (Studi Kasus Kuantitatif pada Grup K-Pop BLACKPINK). *Koneksi*. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15533>

Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5).

Wijayanti, A. V. (2022). *Proses Personal Branding Ririe Bogor pada Komunitas XL Mellaui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Februari-Juli 2021)*.
[https://repository.mercubuana.ac.id/67655/%0Ahttps://repository.mercubuana.ac.id/67655/1/01](https://repository.mercubuana.ac.id/67655/%0Ahttps://repository.mercubuana.ac.id/67655/1/01%20Cover.pdf) Cover.pdf