

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Q., Yuzlizar, F. A., Wanti, A. I., Hilmi, D., & Arief, G. R. R. (2022). Peran lingkungan berbahasa dalam membentuk personal branding guru bahasa arab. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 10(1), 77–84. <https://doi.org/10.21831/jamp.v10i1.47640>
- Adri, T. N., Rinaldi, A., & Arifin, Z. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bumdes Cahaya Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal of Sharia and Law*, 2(1), 70–89. <https://jurnal.fsh/article/view/316>
- Akbar, T. A., & Nurjanah, S. (2023). The Influence of Personal Branding and Social Media Marketing on Brand Image with Brand Awareness as an Intervening Variable. *Marketing and Business Strategy*, 1(1), 45–55. <https://doi.org/10.58777/mbs.v1i1.155>
- Andarista, F., Santi Hariyani, D., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 01(02), 36–44.
- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>
- Anisya, A. P. (2024). 8 Film Indonesia yang Remake dari Luar Negeri. Girls Beyond. <https://girlsbeyond.com/2024/09/08/lifestyle/movie/terbaru-8-film-indonesia-yang-remake-dari-luar-negeri>
- Annur, C. M. (2024). Mayoritas Pengguna Internet di Indonesia Berasal dari Kelompok Usia Pekerja. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/71f3d2e4d5642b9/>
- Ar-Rayhan, A., & Sulistiani, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga

- terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bioskop Cinepolis Pluit Village. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 608–615. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Azmi, T. Z., Taufiqurrahman, H., Adabi, B. C., Marsinem, & Wicaksono, E. (2023). Pengaruh Brand Image dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian. *MARGIN ECO: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 7(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32764/margin.v7i2.4122>
- BPS. (2024). *Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta, 2024*.
- Chahyani, A. D., & Wisudawaty, H. (2024). Pengaruh Personal Branding Tasya Farasya pada Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image. 8(1), 152–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.32534/jike.v8i1.6118>
- Chritton, S. (2014). *Personal Branding for Dummies 2nd Edition*. John Wiley & Sons, Inc.
- Dairina, L., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Produk Sepatu Merek Converse). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 118–134. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30829/ajei.v7i1.10586>
- Damayanti, K. R., & Hussein, A. S. (2023). Pengaruh Personal Branding Arief Muhammad Terhadap Purchase Intention Melalui Viral Marketing Di Instagram. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(1), 191–196. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.1.19>
- Dewa, F. S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Film KKN Di Desa Penari Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(3), 114–128. <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i1.411>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

- GINANJAR, R. P. A. (2025). *Profil Abidzar Al-Ghifari, Pemain Film A Business Proposal yang Jadi Sorotan*. Tempo. <https://www.tempo.co/hiburan/1205282>
- GUNAWAN, E. (2016). Komunikasi Kebudayaan Lewat Film Remake: Melindungi Atau Menyemai? *Convergence Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 2528–2648. <https://www.researchgate.net/publication/327019210>
- HAIR, J. F., RINGLE, C. M., HULT, G. T. M., & SARSTEDT, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Long Range Planning*, 46(1–2), 184–185. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- 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.
- IMAWATI, A. V., SOLIHAH, A. W., & SHIHAB, M. (2020). Analisis Personal Branding Fashion Blogger Diana Rikasari. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 5(3), 175. <https://media.neliti.com/media/publications/102746-ID-analisis-personal-branding-fashion-blogg.pdf>
- INDAH, R. M., & RACHMAN, R. S. (2020). Pengaruh Personal Branding dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Kuantitatif BTS dan Album Love Yourself pada Fandomnya ARMY Bandung. *Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*, 01(April), 65–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2020.1.1.537>
- IRHAMNI, M. A. F. (2024). *Jumlah Bioskop Masih Minim, Bagaimana Harapan untuk Perfilman Indonesia?* GoodStats. <https://goodstats.id/article/jumlah-bioskop-yang-masih-minim-harapan-untuk-perfilman-indonesia-UeaiX>
- ISKANDAR, A. H., & SUTEJO, B. (2023). Analysis Of The Influence Of Celebrity Endorsement, Brand Image And Price Perception On Purchase Intention (Study On Consumers Of Kahf Products (Personal Care For Man) In Pedurungan District, Semarang City) Analisis Pengaruh Celebrity

- Endersment, Brand Im. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 2023. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Jaelani, D. (2024). Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial Youtube @ AgusYudhoyono. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 84–100.
- Jamilah, W. (2022). *Aktivitas Corporate Responsibility (CSR) PT. Sinar Halomoan Dalam Mengembangkan Fasilitas Pendidikan di Desa Pasir Jae Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas*. 79. <https://doi.org/10.61132/moneter.v2i2.451>
- Joesyiana, K., Basriani, A., Susanti, D., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Celebiry Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau). *ECo-Buss*, 4(2). <https://media.neliti.com/media/publications/373637-none-553e347e.pdf>
- Johnson, K. (2020). The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand. *International Journal of Education and Social Science*, 4(1). <https://www.researchgate.net/publication/313256001>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.
- Khan, N., Sarwar, A., & Tan, B. C. (2021). Determinants of purchase intention of halal cosmetic products among Generation Y consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1461–1476. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0248>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management !5 Edition* (S. Wall (ed.); 15 Edition). Pearson education.
- Kurniawan, B., & Rofiki, K. (2024). Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Film: Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Antusiasme Penonton Film. *Jurnal Media Akademik*, 2(7), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>

- Lin, Y. H., Lin, F. J., & Wang, K. H. (2021). The effect of social mission on service quality and brand image. *Journal of Business Research*, 132(October), 744–752. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.054>
- Liu, D., Lin, C., Lee, S., Fang, Y., & Lin, Y. (2021). A Study of the Personal Branding and Purchase Intention on Fitness Clubs - Brand Image as the Mediator. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(8), 5695–5703.
- Mandira, I. M. C., & Carey, K. D. Y. (2023). Personal Branding di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi President Oriflame). *Journal Management, Business, and Accounting*, 22(1), 2655–2826. <https://doi.org/https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2064>
- Mardiana, A. (2025). *Kenapa Film A Business Proposal Sepi Penonton? Kontroversi Diboikot.* Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/lifestyle/varia/67aa9310e67a6/kenapa-film-a-business-proposal-sepi-penonton-kontroversi-diboikot>
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail 's Mass Communication Theory* (7th ed). Sage. <http://docshare04.docshare.tips/files/28943/289430369.pdf>
- Meliana. (2020). *Analisis Personal Branding Dya Loretta Melalui Akun Sosial Media.* 19–23. <https://onsearch.id/Record/IOS19563.1732/TOC>
- Nabilla, N. F. A. (2022). *Pengaruh Komunikasi Persuasif dan Personal Branding Endorser Raffi Ahmad terhadap Kesadaran Vaksinasi Covid-19 (Studi terhadap Masyarakat Kecamatan Babadan Ponorogo dengan Analisis Metode Penelitian Structural Equation Modeling Partial Least Squares).* 19. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/cantrik.vol3.iss1.art5>
- Natalia, M., & Dewi, L. (2023). The Impact of Personal Selling, E-Wom and E-Referral Using Brand Image as Mediating Variable on Purchase Intention of Intune Productions. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 3(2), 105–113.

<https://doi.org/10.37715/rmbe.v3i2.4560>

Oktaviani, N., Sumar, & Yanuar, D. (2023). Pengaruh lokasi, persepsi harga dan kualitas Layanan terhadap minat menonton di bioskop cinema XXI transmart Pangkalpinang. *CEBONG Journal ISSN*, 02(03), 132–140.

Paat, Y. P. (2021). *Ahmad Riza: Jakarta Kota Heterogen dan Toleran*. BeritaSatu. <https://www.beritasatu.com/megapolitan/751775/>

Pangoriseng, M. I. (2025). *Review Film A Business Proposal Versi Indonesia: Netizen Gak Pernah Salah!* Sulsel.Heral.Id. <https://sulsel.herald.id/2025/02/20/review-film-a-business-proposal-versi-indonesia-netizen-gak-pernah-salah/>

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi 3). Widya Gama Press.

Perdana, A. P., & Juhana, A. (2024). Analisis terhadap “ Personal Branding ” untuk Individu di Dunia Kerja. *Kajian Branding Indonesia*, 6(2), 153–158. <https://doi.org/https://doi.org/10.21632/kbi.6.2.153-158>

Pratiningsih, V. (2023). Pengaruh User Generated Content Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Produk Erigo Pada Aplikasi Tik Tok (Studi Kasus Di Kota Pekanbaru). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 207–218. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2610>

Pratiwi, D. D. (2025). *Kontroversi Abizar Al-Ghifari di Film A Bussines Proposal Indonesia, Hingga Hujat Fans Drakor Fanatik*. Blitarkawentar.Jawapos.Com. <https://blitarkawentar.jawapos.com/entertainment/2275609456/kontroversi-abizar-al-ghifari-di-film-a-bussines-proposal-indonesia-hingga-hujat-fans-drakor-fanatik>

Purwanto, Y., & Sahetapy, W. L. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Endorser terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc. *Agora*, 10(1), 1–6. <https://media.neliti.com/media/publications/358477>

- Putri, F. H., Wahono, B., & Hardaningtyas, R. S. (2023). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket, dan Kualitas Film Terhadap Minat Beli Penonton Movimax Mall Dinoyo Kota Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 510–518.
- Rainer, P. (2024). *Inilah Media Sosial yang Paling Sering Dipakai di Indonesia*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>
- Rosalina, I. F., & Fariza, A. N. (2023). Pengaruh Personal Branding Terhadap Brand Image Secondate Beauty. *Communications*, 5(2), 536–555. <https://doi.org/https://doi.org/Communication5.2.6>
- Rusdiana, & Sidik, A. P. (2021). Pengaruh Personal Branding Terhadap Minat Beli Konsumen. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 1(2), 102. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2020.1.2.564>
- Sadilah, R., & Simamora, V. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Skincare Nature Republic. *Journal For Business And Entrepreneurship*, 4(2), 22.
- Santoso, R., Fianto, A. Y. A., & Erstiawan, M. S. (2023). Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Intensi Pembelian Produk Susu Murni. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i1.18163>
- Saputra, D. C., & Astari, D. W. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding dalam Membangn Citra Positif generasi Z. *Jurnal Mutakallimin*, 07(02), 149–158. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31602/jm.v7i2.16578>
- Savitri, C., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Hendrayati, H. (2021). The role of social media marketing and brand image on smartphone purchase intention. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 185–192. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.009>

- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2020). Promosi Melalui Sosial Media, Brand Awareness, Purchase Intention Pada Produk Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47–52. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>
- SinPo.id. (2025). *Industri Film Jadi Pilar Ekonomi Kreatif, Jakarta Menuju Kota Sinema Dunia*. SINPO.Id. <https://sinpo.id/detail/90159/industri-film-jadi-pilar-ekonomi-kreatif-jakarta-menuju-kota-sinema-dunia>
- Siregar, A. H. (2021). *Pengaruh Harga, Brand Image, dan Personal Branding terhadap Keputusan Membeli Rumah di Kompleks Royal Sumatera*. 4(2), 161–173.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sunjaya, C., Setianingsih, R. E., & Dema, Y. (2024). An investigation into the impact of personal branding and social media marketing on purchase intention among Tiktok Users in the Indonesia grilled sambal market of Jakarta. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 31(1), 107–118. <https://doi.org/10.46806/jep.v31i1.1149>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian* (E. Risanto (ed.)). Penerbit Andi.
- Swastika, A. (2025). *5 Film Indonesia dengan Penonton Paling Sedikit, Ada*

Remake A Business Proposal. Insertlive. <https://www.insertlive.com/film-dan-musik/20250210112840-25-358352/5-film-indonesia-dengan-penonton-paling-sedikit-ada-remake-a-business-proposal>

Tania, J. B. I., & Sitepu, S. N. B. (2024). The Influence of Personal Branding On Purchase Intention Mediated By Influencer Credibility In Surabaya City MSMEs. *Gorontalo Manajemen Research*, 7(2), 61–74. <https://jurnal.unigo.ac.id/index.php/gmr/article/view/3291/1457>

Tarigan, A., Kembau, A. S., Setiawan, S. N., Wijaya, H., & Chandra, S. (2024). Pengaruh Personal Branding Owner Dan Strategi Pemasaran Melalui Instagram Mangkokku Terhadap. *Ilmu Manajemen UMN*, 16(1), 126–135.

Vania, G. (2024). *Transformasi Industri Film Indonesia : Tantangan Menuju Era baru*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/gisela-vania/transformasi-industri-film-indonesia-tantangan-menuju-era-baru>

Wibawa, S. (2024). *Alasan di Balik Tren Remake dan Sekuel dari Film serta Serial Jadul*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/satria-wibawa-1/>

Widayati, D. P., & Nugriani, N. O. (2023). Representasi Personal Branding dalam Film Cruella (Analisa Semiotika Roland Barthes). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 3283–3293. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Yunitasari, C., & Japariato, E. (2021). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1(No.1), 1–8. <https://media.neliti.com/media/publications/133264-ID>

Zahra, A., Hermawan, A., & Purwaamijaya, B. M. (2024). Pengaruh Personal Branding Vincent Desta dan Guerilla Marketing terhadap Brand Image (Studi Kasus Instagram Vindes Store). *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*, 1(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jutrabidi.v1i5.309>

Ziyadin, S., Doszhan, R., Borodin, A., Omarova, A., & Ilyas, A. (2020). The role

of social media marketing in consumer behaviour. *E3S Web of Conferences*, 135. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201913504022>

