

DAFTAR PUSTAKA

- Sari Anjani, I. (2020, July). Peran Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram (Role Of Social Media Influencers In Communicating Message Using Instagram). *Polyglot jurnal ilmiah* , 16 , 203-229.
- hidayatullah, s. (2020, may). *memahami jenis-jenis media sosial*. Retrieved from marketingcraft: <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial>
- Putra, M. A. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand(The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand). 335-345.
- Felicia Abednego, C. K. (2021, oktober). ANALISIS PEMILIHAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER PADA INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMEN(STUDI KUALITATIF PADA GENERASI Y DAN GENERASI Z DI BANDUNG). *Jurnal Riset Bisnis*, 5, 57-73.
- Tri Susanto, M. S. (2017, November). Analisis Penggunaan Celebrity Brand Ambassador (Studi Kasus Celebrity Brand Ambassador Nagita Slavina, Raffi Ahmad Dalam gIGIETCAKE). *seminar nasional riset terapan* , 82-87.
- Dinda Difiona, I. R. (2021, oktober). ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR RAFFI AHMAD TERHADAP BRAND IMAGE DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET.COM DI INDONESIA. 8, 443-445.
- Solomon, M. R. (2017). Perception. In *Consumer Behavior Buying, Having, and Being* (pp. 96-123).
- Dyah Arini Widyastuti, P. G. (2017). ANALISIS PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Personal Branding Sha'an d'Anthes di Instagram). *JURNAL INOVASI, VOL 11 NO 1*, 1-15.
- Soraya, I. (2017, september 2). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi, viii n0 2*, 20-37.

- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *KOMUNIKASI, VIII*.
- Awallina Yusanda1*, R. D. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *SRICPTURA, VOLL 11*.
- Awallina Yusanda1*, R. D. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *jurnal scriptura, vol 11 n0 1*, 41-52.
- Wilopo, A. R. (2018). PENGARUH PENERAPAN AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pembeli Kartu Perdana IM3 di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012).
- Harahap, S. W. (2021, oktober 14). *Sejarah Awal Penyelenggaraan Pekan Olahraga Nasional (PON)*. Retrieved from Tagar.id: <https://www.tagar.id/sejarah-awal-penyelenggaraan-pekan-olahraga-nasional-pon>
- (n.d.).