

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Rajagrafindo Persada.
- Chaffey, D., & Chadwick, F.E. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice 8th Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing A Practical Approach: Third Edition*. New York: Routledge.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (Edisi ke-4). Pustaka Pelajar.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of qualitative research*. Pustaka Pelajar.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qjara Media.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Konopaske, R. (2011). *Organizations: Behavior, Structure, Processes* (14th ed.). McGraw-Hill.
- Herdiansyah, H. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial* edisi 2. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hermawan, A. (2017). *Komunikasi pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2004). *Dasar-dasar pemasaran edisi kesembilan Jilid 1* In Jakarta: PT Indeks.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. Kencana.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy (2017). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The personal branding phenomenon*. Peter Montoya Inc.

Robbins, S. P. (2007). *Perilaku Organisasi* (Edisi ke-10). Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Stiawan, Evan, 2018. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suprayogo, I., & Tobroni. (2003). *Metode Penelitian Sosial Agama*. PT Remaja Rosdakarya.

Toruan, A. (2018). *Komunikasi pemasaran: Teori dan aplikasi*. Mitra Wacana Media.

Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.

Jurnal dan Skripsi

Adecandra, I. F. (2022). *Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pangsa pasar* (Skripsi). UIN Sunan Kalijaga.

Ahmad, S. N., Jamil, N., & Abdullah, A. (2019). *Marketing public relations sebagai alat strategis dalam komunikasi merek*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(6), 512–521.

Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). *Pemanfaatan fitur Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran*. *Jurnal Kinesik*, 9(2), 176–182.

Arifin, A. Z., Muslim, F., & Setiawan, T. (2021). *Strategi marketing public relations dalam meningkatkan loyalitas konsumen*. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 45–55.

Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). *Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan penjualan*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477.

Cosina, S. (2021). *Pengaruh Brand Image, Point of Different, dan Point of Parity Terhadap Brand Loyalti Iphone Pada Konsumen di Jakarta Utara*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(4).

Efrida, S., & Diniati, A. (2020). *Pemanfaatan Instagram dalam membangun personal branding*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57–68.

- Fahma, N. N. (2019). *Strategi komunikasi pemasaran terpadu Telkomsel* (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Febylania, A., Nursanti, S., & Lubis, F. M. (2022). *Media sosial Instagram sebagai sarana personal branding selebgram*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(22), 147–155.
- Harianja, A. D. H. (2021). *Marketing public relations sebagai strategi komunikasi*. *Jurnal Ilmu Budaya dan Komunikasi*, 2(1), 37–48.
- Hidayutuloh, S. (2024). *Strategi komunikasi pemasaran dalam menarik minat konsumen* (Skripsi). UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Kannan, P.K., & Li, H.A. (2017). *Digital Marketing: A Framework, Review, and Research Agenda*. *International Journal of Research in Marketing*, 34 (1): 22-45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>.
- Kim, J., & Johnson, K. K. P. (2020). *Social media marketing and consumer trust*. *Journal of Marketing Communications*, 26(6), 570–589.
- Lou, C., Taylor, C. R., & Zhou, X. (2022). *Influencer marketing on social media*. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 44(1), 60–87.
- Maharani, A. Z. N., & Kusuma, A. (2023). *Personal branding influencer di Instagram*. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 45–54.
- Mufida, L. (2025). *Pengaruh fasilitas, citra destinasi, dan persepsi harga terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Air Terjun Dlundung Trawas Kabupaten Mojokerto*. *Jurnal EB*, 8(2).
- Mustaqimmah, N., & Firdaus, W. (2021). *Personal branding pada akun Instagram digital influencer*. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*.
- Negoro, J. & Saputro E. (2023). *Analisis Strategi Pembentukan Brand Image Sekutu Kopi*. (Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta) Diakses dari <https://eprints.ums.ac.id/111557/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Nyoman Udyana Wiprasta & I Wayan Eka Mahendra. (2024). *Persepsi Pengunjung terhadap Brand Image*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 03(5), 832-839.
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). *Personal branding Ria Ricis di Instagram*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1).

- Šerić, M., & Vernuccio, M. (2020). Integrated marketing communication consistency. *Current Issues in Tourism*, 23(17), 2127–2145.
- Setyawan, A., Pawito, & Purwasito, A. (2024). Instagram dalam membentuk personal branding. *Formosa Journal of Social Sciences*, 3(3), 639–654.
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran digital melalui media sosial. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(1), 16–27.
- Sumiyati, & Murdiyanto, L. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen*. *Jurnal Komunikasi*. 17(2): 171-180.
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). *Analisis strategi pemasaran UMKM*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.

Internet

- Christine Hakim Idea Park. Profil dan Informasi Resmi Christine Hakim Idea Park. Diakses melalui <https://www.christinehakimchip.com/>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Informasi Pengembangan Destinasi Wisata. Diakses melalui <https://www.kemenparekraf.go.id>

