



DAFTAR PUSTAKA

Buku

1. Andreson, David. et al. (2019). *Statistic for Business & Economics*, 14th Edition. China: Cengage Learning.
- Elby, Susan. (2020). *Social Media Marketing: Ultimate instructions for upgrading your Business Throught social media marketing efforts in 2020*.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., et al. (2019). *Multivariate Data Analysis*, 8th Edition, Cengage Learning EMEA.
- Inerasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press.
- Johnson, Cynthia. (2019). *Platform: The Art and Science of Personal Branding*, New York: Lorena Jones Books.
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary., & Balasubramanian, Srinthar. (2023). *Principles of Marketing*, 19th Edition, United States: Pearson Education.
- Kotler Philip., Keller, Kevin Lane., & Chernev, Alexander. (2021). *Marketing Management*, Edisi 16e, United States: Pearson Education.
- Noor, Zulki Z. (2019). *Model Pemasaran Sinergisitas Human Capital dan Teknologi Digital*, Yogyakarta: Deepublish.
- Radjab, Enny., dan Jam'an, Andi. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Raharjo, Farco.S . (2019). *The Master Book of Personal Branding*, Yogyakarta: Quadrant.
- Schiffman, Leon & Wisenblit, Joe. (2019), *Consumer Behavior*, 12th Edition, New York: Pearson.
- Schindler, Pamela.S. (2022). *Business Research Methods*, 14th Edition, New York: McGraw Hill LLC.
- Sharma, Radhinka., Ahuja, Vandana., & Alavi Shirin. (2020). *Digital and Social Media Marketing: Emerging Applications and Theoretical Development*, Switzerland: Springer Nature Switzerland AG.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,CV.



Ardianto, Dwiki. J dan Zulfiningrum.R. (2022). Penggunaan TikTok Sebagai *Personal Branding* Benjamin Master Adhisurya (Iben_ma). *Jurnal Kewarganegaraan* Vol.6, No.3.

Darmawan, P.A., Yasa, P.N., Wahyuni, N.M., & Dewi., K.G. (2022). Pengaruh *Elektronik Word of Mouth* dan Citra Merek Terhadap Niat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 7, No. 1.

Hidayati, Elvina. (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* Vol. 12, No.2.

Kuswoyo, C., Lu, Cen., Abednego, F., Veronica, S. (2022). Peran Citra Merek dalam Memediasi Pengaruh *Influencer Instagram* Terhadap Niat Beli Produk Pakaian pada Kaum Wanita Generasi Z di Kota Bandung. *Jurnal Penelitian dan Aplikasi Sistem dan Teknik Industri* Vol. XVI, No. 1.

Santoso, S.S dan Junaedi, S. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Kopi Janji Jiwa. *Journal of Management* Vol. 14, No.3.

Skripsi

Ermawati, Veleria Nanda. (2022). Skripsi: Pengaruh Duta Merek NCT Dream dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Produk Mie Instan Berposisi Sehat Lemonilo, Institut Bisnis dan Informatik Kwik Kian Gie.

Ismail, Rukmana Wijaya. (2020). Skripsi: Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Respon Konsumen Melalui Ekuitas Merek (Studi Kasus pada Konsumen Pengunjung Media Sosial Instagram Picnic), Universitas Komputer Indonesia.

Website

Dailysocial.id (2022), “Sambal Bakar Indonesia ‘Iben Ma’ Raih Pendanaan Rp 15 Miliar, Siap Lakukan Ekspansi Bisnis” diakses pada tahun 2023. <https://dailysocial.id/post/sambal-bakar-indonesia-iben-ma-raih-pendanaan-rp15-miliar-siap-lakukan-ekspansi-bisnis>

Databoks (2023), “Konsumsi Cabai Besar dan Rawit 2022 sudah Melampaui Capaian Sebelum Pandemi”, diakses pada tahun 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/22/konsumsi-cabai-besar-dan-rawit-2022-sudah-melampaui-capaian-sebelum-pandemi>



DataIndonesia.id (2023), “Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 5,33% pada Kuartal I/2023” diakses pada tahun 2023. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-533-pada-kuartal-i2023>

Hops.id (2023). “Kisah sukses Iben Ma : Content creator TikTok dengan jutaan followers dan pengusaha sukses” diakses pada tahun 2023. <https://www.hops.id/unik/29411143706/kisah-sukses-iben-ma-content-creator-tiktok-dengan-jutaan-followers-dan-pengusaha-sukses>

IamOkay.id (2022). “Makanan Pedas dapat Mempengaruhi Perilaku Seseorang? Yuk, Simak Sudut Pandang dari Pakar Psikologi!” diakses pada tahun 2023. <https://iamokay.id/makanan-pedas/>

Liputan6 (2022). “Menyantap Sambal Bakar Fenomenal dan Terjangkau Milik Selebgram” diakses pada tahun 2023. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5044962/menyantap-sambal-bakar-fenomenal-dan-terjangkau-milik-selebgram?page=2>

Media Indonesia (2023). “TikTok, Fenomena Baru Meraup Cuan di Media Sosial” diakses pada tahun 2023. <https://mediaindonesia.com/teknologi/554697/tiktok-fenomena-baru-meraup-cuan-di-media-sosial>

TikTok (2023), “Sambal.Bakar” diakses pada tahun 2023. <https://www.tiktok.com/@sambal.bakar>

TikTok (2023), “Iben_Ma” diakses pada tahun 2023. https://www.tiktok.com/@iben_ma