DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *PROFIL INTERNET INDONESIA 2024*.

Berger, C. R., Roloff, M. E., & R, D. (2021). *Proses Produksi Pesan: Handbook Ilmu Komunikasi*. Nusamedia.

Hidayanto, S., & Soetopo Kartosapoetro, I. (2020). *Strategi Digital Branding pada Startup Social Crowdfunding (Studi Kasus pada Kitabisa.com)* (Vol. 9, Issue 1).

Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education,Inc.

Novilia, V., Elfan,), & Mulyana, W. (2022). *Membangun Brand Image dengan menggunakan Sosial Media di Kedai Kopi 56* (Vol. 3, Issue 2).

Prabowo Sukarno, K., Harto, S., Simanjuntak, P., Ahmad, F., Masnita, Y., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *"APAKAH BRAND CREDIBILITY PENTING BAGI BRAND IMAGE ANDA?"* https://doi.org/10.25105/mrbm.v21i1.13637

Rai, J. S., Yousaf, A., Itani, M. N., & Singh, A. (2021). Sports celebrity personality and purchase intention: the role of endorser-brand congruence, brand credibility and brand image transfer. . *Port, Business and Management: An International Journal*, *11*(3).

Sapinatunajah, P., & Hermansyah, T. (2022). Produksi Media Dan Dampaknya Pada Perubahan Sosial Dan Politik Di Masyarakat Studi Deskriptif Tayangan CNN Indonesia Pada Pemberitaan K-Pop Diantara Strategi Diplomasi Forum Dunia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, *2*(1), 206. https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.319

Tsabitah, N., & Anggraeni, R. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Personality and Brand Awareness on Purchase Intention of Local Fashion Brand “This Is April.” *KINERJA*, *25*(2), 234–250. https://doi.org/10.24002/kinerja.v25i2.4701