

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- APA, T. A. P. A. (Ed.). (2020). *Publication manual of the American Psychological Association*. American Psychological Association.
- Adrianto, R., & Kurnia. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 54–60. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.117>
- 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>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2023). Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Digital Kewargaan : Studi Etnografi Digital. *Arkana: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 220–236.
- Dawis, A. M., Meylani, Y., Heryana, N., Alfathoni, M. A. M., Sriwahyuni, E., Ristiyana, R., Januarsi, Y., Wiratmo, P. A., Dasman, S., Mulyani, S., Agit, A., Shoffa, S., & Baali, Y. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Firsyawardana, M. R., Pratama, R. K., Andreas, R., Kriskartika, S. A., & Umayyah, S. (2024). Influencer Sebagai Early Adopter (Studi Kasus Konten Youtube Kanal Fitra Eri Tentang Mobil Listrik). *Cetak) Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(7), 2024.
- Franzia, E. (2018). Personal Branding Melalui Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 15–20. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2690>
- G. Tangkudung, A. (2024). Jejak Sejarah Mobil Listrik di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan. *Syntax Idea*, 6(9). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i9.4487>
- Gladisia, N., Laily, N., & Puspitaningrum, N. S. E. (2022). Gambaran Student

- Engagement dalam Pembelajaran di Era New Normal. *Jurnal Psikologi : Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 9(1), 26–46. <https://doi.org/10.35891/jip.v9i1.2763>
- Hardianawati. (2022). *Marketing Strategy Through Celebrity Endorsements and Influencer Marketing Strategi Marketing Melalui Celebrity Endorsement dan Influencer Marketing*. 2(2), 865–876.
- Karuntu, M. M., Saerang, D. P. ., & Maramis, J. B. (2022). Pendekatan Grounded Teori: Sebuah Kajian Prinsip, Prosedur, Dan Metodologi. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 1070–1081. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41425>
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4), 213–226. <https://koloni.or.id/index.php/koloni/article/view/568/541>
- Nurislaminingsih, R. (2024). *Konsep Dasar Riset Kualitatif* (Issue March). www.cvintisharppublishing.com
- Rachmanu, E. D., Purnomo, F., & Hartini, S. (2024). Peran Social Brand Engagement Dan Product Quality Terhadap Peningkatan Brand Awareness, Brand Association, dan Purchase Intention. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12, 198–210. <https://doi.org/10.26740/jim.v12n1.p198-210>
- Rizki, M., & Mulyanti, D. (2023). Pentingnya Strategi Pemasaran Melalui Penguatan Citra Merek Dety Mulyanti. *Jurnal Ebismen*, 2(1), 240–245.
- Robbani, H. (2022). Permodelan Koding pada Penelitian Kualitatif-Studi Kasus. *Nucleus*, 3(1), 37–40. <https://doi.org/10.37010/nuc.v3i1.758>
- Rustendi, T. (2023). Pendekatan Kuantitatif Dalam Studi Kasus Pada Penelitian Bidang Akuntansi. *Jurnal Akuntansi*, 17(1), 24–37. <https://doi.org/10.37058/jak.v17i1.6736>
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Satriyonegoro, B. W., & Ernungtyas, N. F. (2024). *Fungsi dan Pengukuran*

Keterlibatan Pengguna Media Sosial pada Komunikasi Pemasaran 4 . 0.
12(4), 4203–4212.

Seal, F. E. B. (2024). *Fitra Eri review BYD Seal*.

https://youtu.be/Ui8KJo1rTlc?si=V3TsNVH0jEB15e_I

Sitasari, N. W., Psikologi, F., & Esa, U. (n.d.). *Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik*.

Wahyuddin S, Nono Heryana, Yusmah, Zulkarnaini, Sulistiyani, Anna Sofia Atichasari, Nicholas Simarmata, Hadawiah, Anna Triwijayati, & Ahmad Asroni. (2023). *Metode Riset Kualitatif* (Vol. 156).

Wahyuningsih, D. (2017). *Pengembangan Smartphone Book dengan Metode Pattern Matching Pendahuluan Pattern Matching Tinjauan Pustaka*.
16(September), 117–122.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications* (Keenam). Sage Publications, Inc.

