

DAFTAR PUSTAKA

- Adilaelani, S., & Chairawaty. (2024). Strategi Dakwah Public Relation Lafiye dalam Mempromosikan Busana Islami Melalui Platform Instagram. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 4, 117–122. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.5225>
- Agustina, R., Romadhan, M. I., Cahyo, B., & Pradana, B. C. S. A. (2022). Analisis Personal Branding Selebgram Awkarin Di Media Sosial Instagram Terhadap Pandangan Followers Mengenai Fashion Awkarin. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 02, Issue 02).
- Akbar, T. A., & Nurjanah, S. (2023). The Influence of Personal Branding and Sosial Media Marketing on Brand Image with Brand Awareness as an Intervening Variable. *Marketing and Business Strategy*, 1, 46–55. <https://doi.org/10.58777/mbs.v1i1.154>
- Arista, V. (2024). Analisis Konten Tiktok @sashfir pada Lifestyle Gen z (Studi di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Sultan Syarif Kasim Riau).
- Chahyani, A. D. (2024). Pengaruh Personal Branding Tasya Farasya pada Media Sosial Instagram terhadap Brand Image Mother of Pearl.
- Dika, Sonni, A. F., & Sukmarini, A. V. (2023). Communication Strategy of Personal Branding of Instagram Celebrities in Building Credibility on Social Media. *Journal La Sociale*, 4(4), 249–258. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v4i4.1654>
- Febriyanti, F., & Hutapera, E. B. T. (2024). Personal Branding Selebgram Qamara Ashara melalui Media Sosial. In *Syntax Admiration* (Vol. 5, Issue 11).
- Hasanudin, & Amalia, A. R. (2023). *The Effect of Key Opinion Leader, Instagram, and Digital Campaign through Brand Image on Brand Awareness in Evoria Products*. 8(2), 1094–1111.
- Hudiyah, I. F., Nisrina, S. J., Hidayat, R., & Kusumasari, I. R. (2024). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Hijab Pada Konsumen Generasi Z. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Jumadi, J., Yupianti, & Sartika, D. (2021). Pengolahan Citra Digital Untuk Identifikasi Objek Menggunakan Metode Hierarchical Agglomerative Clustering.
- Justica, A., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Nct 127 Terhadap Brand Image Produk Nu Green Tea.
- Kirana, L. C., Trijayanti, R. T., & Sari, Y. I. (2020). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Dalam Instagram Meccanismoofficialshop Terhadap Brand Image Meccanismo The Effect Of Zaskia Adya Mecca As A Brand Ambassador In The Meccanismo Brand Image. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 308–320.
- Kristanty, T. F. (2020). Pengaruh Personal Brand Lizzie Parra di Instagram terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen pada Brand BLP Beauty.

- Latif, N., & Hariawan, F. (2021). Caption Konsep Diri: Strategi Personal Branding Pada Media Instagram. In *Journal of Management and Accounting* (Vol. 4, Issue 2).
- Latifa, A. A. (2024). Analisis Media Monitoring terhadap Brand Fashion Muslim Lokal Lafiye melalui Tiktok dan X. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(3), 12. <https://doi.org/10.47134/jbkdv1i3.2713>
- Pantouw, D. T. V., & Kurnia. (2022). Pengaruh Influencer Media Sosial Terhadap Brand Image Erigo. *Inter Script: Journal of Creative Communication* |, 4(2), 68–77.
- Pertiwi, F., & Irwansyah, I. (2020). Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1). <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631>
- Putri, L. R., & Anggreni, L. S. (2021). Personal Branding Fashion Influencer di Instagram (strategi pembentukan personal branding di instagram dan persepsi followers terhadap akun @dianarikasari).
- Rahmadani, F., & Andrini, S. (2021). Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Pameran Indonesia International Motor Show (IIMS).
- Samatan, N., Prakosa, A., Robingah, R., & Napsiah, N. (2024). Personal Branding on Social Media Through Peter Montoya Analysis. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/ijam.v3i1>
- Sari, P. A. (2024). Pengaruh Product Innovation dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Lafiye dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening.
- Setyawan, A., Pawito, & Purwasito, A. (2024). How Significant is Instagram in Shaping Personal Branding? Literature Review. *Formosa Journal of Social Sciences (FJSS)*, 3(3), 639–654. <https://doi.org/10.55927/fjss.v3i3.10622>
- Siahaan, X., Sudaryanto, E., & Muthmainnah, A. N. (2024). Strategi Personal Branding Tasya Farasya Melalui Media Sosial Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Januari*, 2(01), 991–1000. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom>
- Sinambela, B. K., & Novendra, S. (2023). Pengaruh Personal Branding Jovi Adhiguna Di Instagram Terhadap Minat Fashion Androgini (Survey Pada Followers Akun Instagram @joviadhiguna). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1.
- Solihin, D., Maddinsyah, A., & Kusjono, G. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Tunas Toyota Cinere Depok.
- Rampersad, H. K. (2008). Sukses Membangun Authentic Personal Branding. (L. S. Wijaya, Ed.). Jakarta: PPM.
- Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Hamidah, S. A. N., Rihhadatul 'Aisy, R. A., & Oktavia, R. (2024). Tren dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era Modern di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 953. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12319>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta

- Sugiyono, P. D. (2017). Statistik untuk Penelitian.
- Suhaimi, Evadianti, Y., & Yudistiro, I. R. (2023). Instagram Sebagai New Media Untuk Membangun Personal Branding (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @fiersabesari). In *Journal Media Public Relations* (Vol. 3).
- Trisliatanto, D. A. (2020). Metodologi Penelitian. Penerbit ANDI.
- Vasconcelos, L., & Rua, O. L. (2021). Personal Branding On Social Media: The Role Of Influencers.
- Vern, L. (2023). Pengaruh Personal Branding di Instagram sebagai Celebrity Endorser terhadap Brand Awareness Product Fashion.
- Wahab, D. K. (2024). Pengaruh Kredibilitas Influencer Sashfir Terhadap Minat Beli Produk Lafiye (Survey Pada Pengikut Akun Instagram @Lafiye).
- Wardhana, A. (2024). *Brand and Branding*. Eureka Media Aksara.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>