

Daftara Pustaka

- Adnyana, M., & Respati, N. N. R. (2019). *Peran Preferensi Merek dalam Memediasi Hubungan antara Ekuitas Merek dengan Niat Beli* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Ahmad, A., & Thyagaraj, K. S. (2015). Understanding the influence of brand personality on consumer behavior. *Journal of Advanced Management Science*, 3(1).
- Andarbeni, S. L., & Christiana, E. (2013). Studi Tentang Kemampuan Interaksi Sosial Anak Kelompok a Dalam Kegiatan Metode Proyek Di Tk Plus Al-falah Pungging Mojokerto. *Jurnal BK Unesa*, 4(1).
- Anggoro, W. B., Suliyanto, S., & Rahab, R. (2019). Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Kesetiaan Merek Dimediasikan Oleh Kecintaan Merek, Kepercayaan Merek, Dan Keterkaitan Merek. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(3).
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh usia dan masa kerja terhadap produktivitas kerja (Studi kasus: PT. Oasis Water International Cabang Palembang). *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1(2), 68-72.
- Ayuwardani, R. P., & Isroah, I. (2018). Pengaruh informasi keuangan dan non keuangan terhadap underpricing harga saham pada perusahaan yang melakukan initial public offering (Studi empiris perusahaan go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1), 143-158.
- Azhar, Ferdyta. 2015, Analisis Pengaruh Brand Personality Terhadap Trust, Attachment, dan Commitment to the Brand. Universitas Indonesia.
- Bairrada, C. M., Coelho, A., & Lizanets, V. (2019). The impact of brand personality on consumer behavior: the role of brand love. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 23(1), 30-47.
- Banahene, S. (2017). The Impact of Brand Personality and Studentsâ€™ Self-Concept on Brand Engagement. *International Journal of Business and Social Research*, 7(8), 12-25.
- Brodie, R. J., Ilic, A., Juric, B., & Hollebeek, L. (2013). Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis. *Journal of business research*, 66(1), 105-114.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.

- Christian, Amadi, Ezekiel Maurice Sunday. (2013). Factors Influencing Brandpreference of Beer Consumption in Port-Harcourt Metropolis, River State, Nigeria. *European Journal of Business and Management*, 5(17) pp. 76-87
- Cortez, R. M., & Dastidar, A. G. (2022). A longitudinal study of B2B customer engagement in LinkedIn: The role of brand personality. *Journal of Business Research*, 145, 92-105.
- Curatman, A. (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *LOGIKA Jurnal Ilmiah Lemlit Unswagati Cirebon*, 18(3), 61-75.
- Diba, D. S. (2013). Peranan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja berdasarkan perbedaan jenis kelamin di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(3).
- Dirgantara, I. M. B. (2022). BRAND PERSONALITY, SELF CONGRUENCE, PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED PRICE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN SEPATU VANS DI SEMARANG. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Dwi Santy, R. (2018). Pembelian Impulsif Ditinjau dari Faktor Kepribadian Konsumen dengan Menggunakan Trait The Big Five Personality (Survey pada Pengunjung Mall di Kota Bandung).
- Ebrahim, R. S. 2013. A Study of Brand Preference: An Experiential View. Published Thesis. London: Brunel Business School.
- Farhat, K. (2020). Linking brand engagement to customer-based brand equity and role of brand experience, brand personality, and brand affect: A case of automobile market of Pakistan. *Management Science Letters*.
- Farook, F. S., & Abeysekara, N. (2016). Influence of social media marketing on customer engagement. *International Journal of Business and Management Invention*, 5(12), 115-125.
- Fatkhurrohman, R., Tresnati, R., & Hendarta, A. (2023). PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PASIEN DALAM MEMILIH RUMAH SAKIT (Survey pada Pasien Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(5), 868-883.
- Febri, F. Y., Permatasari, D., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk UMKM Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar. *Transformasi dan Inovasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 60-72.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Guesalaga, R. (2016). The use of social media in sales: Individual and organizational antecedents, and the role of customer engagement in social media. *Industrial marketing management*, 54, 71-79.
- Gufron, M. N., & Risnawati, R. (2016). Teori-Teori Psikologi. Ar-Ruzz Media.
- Habibah, U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *JEB17: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(01).
- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(2), 181-190.
- Hepilita, Y., & Saleman, K. A. (2019). Pengaruh penyuluhan kesehatan terhadap tingkat pengetahuan diet hipertensi pada penderita hipertensi usia dewasa di Puskesmas Mombok Manggarai timur 2019. *Wawasan Kesehatan*, 4(2), 91-100.
- Hermada, A., Sumarwan, U., & Tinaprillia, N. (2019). The effect of social media influencer on brand image, self-concept, and purchase intention. *Journal of Consumer Sciences*, 4(2), 76-89.
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of interactive marketing*, 28(2), 149-165.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Iffan, M., Santy, R. D., & Radaswara, R. (2018). Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2), 127-140.
- Isnaassaro, M. N., & Dewi, C. K. (2023). Pengaruh Perceived Influence, Brand Engagement In Self Concept Dan Brand Expected Value Terhadap Intention To Purchase Recommended Brand Di Platform Social Media Instagram (Studi Pada Somethinc Dengan Influencer Tasya Farasya). *eProceedings of Management*, 10(1).
- Jashari, F., & Rrustemi, V. (2017). The impact of social media on consumer behavior. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, 7(1), 1-14.
- Jiménez-Castillo, D., & Sánchez-Fernández, R. (2019). The role of digital influencers in brand recommendation: Examining their impact on

- engagement, expected value and purchase intention. *International Journal of Information Management*, 49, 366-376.
- Khani, S., Imanikhah, S. M., Gheysari, H., Kamali, S. S., & Ghorbanzadeh, T. (2013). The relationship of appliance consumer personality trait, brand personality, brand loyalty and brand equity in the mobile phone industry. *International Journal of fundamental psychology and social sciences*, 63-70.
- Khuong, M. N., & Duyen, H. T. M. (2016). Personal factors affecting consumer purchase decision towards men skin care products - a study in Ho Chi Minh City, Vietnam *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 7(2), 44-50.
- Khuong, M. N., & Tram, V. N. B. (2015). The effects of emotional marketing on consumer product perception, brand awareness and purchase decision—A study in ho chi Minh City, Vietnam. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(5), 524-530.
- Lee, J. K., Hansen, S. S., & Lee, S. Y. (2020). The effect of brand personality self-congruity on brand engagement and purchase intention: The moderating role of self-esteem in Facebook. *Current Psychology*, 39, 2116-2128.
- Leelayudthyothin, M., & Boontore, A. (2022). Brand logo and brand personality perceptions: A case of real estate business in Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 43(1), 31-38.
- Li, X., Yen, C. L., & Liu, T. (2020). Hotel brand personality and brand loyalty: An affective, conative and behavioral perspective. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 550-570.
- Liao, S. H., Chung, Y. C., & Lin, K. Y. (2015). A clash of personality? The relationship among consumer personality, brand personality and word-of-mouth with social-cognitive perspective: Generation as the moderator. *International Journal of Services Technology and Management*, 21(1-3), 111-126.
- Liu, R. L., Sprott, D. E., Spangenberg, E. R., Czellar, S., & Voss, K. E. (2018). Consumer preference for national vs. private brands: The influence of brand engagement and self-concept threat. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 90-100.
- Luckyardi, S., Soeryanto Soegoto, E., Supatmi, S., Warlina, L., & Hassan, F. (2022). Marketing Strategy for Local Superior Commodities and Regional Economic Contributions of Indonesia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(1).
- Malik, P., & Duhan, K. (2020). Differences in self concept of adolescents from Urban and Rural Haryana. *Int J Adv Agric Sci Technol*, 7, 63-69.

- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Maulana, M. A., Armeinita, N., & Risqiani, R. (2023). Pengaruh social interactivity antara customer engagement behavior dan brand loyalty. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 20(01), 45-54.
- Mirdin, A., Azzah, A., Modding, B., & Mursalim, M. (2021). Pengaruh Teknologi Informasi, Keahlian Pemakai Dan Intensitas Pemakaian Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Makassar. *Invoice*, 3(1), 10-29.
- Mohammad, J., Quoquab, F., Thurasamy, R., & Alolayyan, M. N. (2020). The effect of user-generated content quality on brand engagement: The mediating role of functional and emotional values. *Journal of Electronic Commerce Research*, 21(1), 39-55.
- Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., & Liebana-Cabanillas, F. (2020). Analyzing the effect of social support and community factors on customer engagement and its impact on loyalty behaviors toward social commerce websites. *Computers in Human Behavior*, 108, 105980.
- Moorley CR and Chinn T (2014) Nursing and Twitter: creating an online community using hashtags. *Collegian* 21(2): 103–109.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan noach cafe and bistro. *Agora*, 7(2).
- Narimawati, U. (2008). Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif, teori dan aplikasi. *Bandung: Agung Media*, 9.
- News.detik.com (2020, 24 November). Inilah Alasan Pentingnya Fotografi bagi Perusahaan. diakses pada 14 september 2023, dari <https://news.detik.com/berita/d-5267535/>
- Ningsih, S. D., & Ramadhani, S. (2022). PENGARUH SELF CONCEPT TERHADAP RESILENSI PADA ORANGTUA ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS DI SLB NEGERI PEMBINA TINGKAT PROVINSI SUMATERA UTARA. *Jurnal Psychomutiara*, 5(2), 85-92.
- Nisar, Waqwar. (2014). Influences of Consumer Behavior: Research about Beverage Brands of Pakistan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 4(8), 137-146
- Nugraha, A. (2022). Sosialisasi pentingnya inovasi produk pada filter coffee dan pelatihan inovasi produk. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 4(1), 35-50.

- Nurani, S. R. (2018). Peranan Riset Pasar dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 2(2), 127-130.
- Nurchahyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis dampak penciptaan brand image dan aktifitas word of mouth (WOM) pada penguatan keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14-29.
- Nurzaini, Y., & Khasanah, I. (2018). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 360-370.
- Oktavia, Y. (2019). *Pengaruh Hashtag Engagement# peopleweareomahetnik di Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image UKM Oemah Etnik* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis kepuasan pelanggan dengan Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *J@ Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 1-10.
- Pratya Annisa Murni, D., & Wahdiniwaty, R. (2022). Merchandise Brand Image Analysis in Shaping Consumptive Lifestyle A Community of Fans.
- Purnomo, N., & Hidayat, M. N. (2021). Persepsi Manfaat Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Shop:(Studi Kasus Di Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 93-103.
- Puspitasari, A. N., & Ferdinand, A. T . (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Mendorong Minat Beli Ulang (Studi pada Pengguna Nokia di Semarang)
- Putri, N. E., & Iskandar, D. (2014). Analisis preferensi konsumen dalam penggunaan social messenger di kota Bandung tahun 2014 (Studi kasus: LINE, KakaoTalk, WeChat, WhatsApp). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 110-126.
- Ratuzzahrah, D., & Gabriella, S. (2021). Determinan Brand Engagement in Self-Concept (BESC): Produk Fast Fashion. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi)*, 6(1), 66-83.
- Rezi, Y. G. A. (2022). Analisis Terhadap Konsep Diri Remaja Pecinta Anime Di Komunitas Genesis Art Semarang. *MAJALAH LONTAR*, 34(1), 59-75.
- Sahabuddin, Romansyah. (2019). Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan. Pustaka Taman Ilmu
- Santo Asmoro, D. (2021). PENGARUH BRAND ENGAGEMENT, SERVICE FAIRNESS, DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pengguna Telkomsel). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).

- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114.
- Sinaga, M. J. E., & Pandiangan, A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk suture & gloves pada Pt. Surgika Alkesindo Medan. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik)*, 1(2), 92-102.
- So, K. K. F., King, C., Sparks, B. A., & Wang, Y. (2016). The role of customer engagement in building consumer loyalty to tourism brands. *Journal of Travel Research*, 55(1), 64-78.
- Soesilo, P. K. M., Prayogo, R. P., Talumewo, V. V., & Purnomo, W. A. (2021). PENGARUH WOM DAN SMME TERHADAP WTP FITUR TAMBAHAN PADA APLIKASI MOBILE GAME FREEMIUM DENGAN MEDIASI CBI. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 750-777.
- Solomon, M.R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. England: Pearson Education Limited.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26-33.
- Subagyo, R. A. (2021). Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Purwosari Kecamatan Purwosari Kabupaten ojongoro. *Paradigma*, 10(1).
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : ALFABETA
- Sumartini, T. S. (2015). Mengembangkan self concept siswa melalui model pembelajaran concept attainment. *Mosharafa: Jurnal Pendidikan Matematika*, 4(2), 48-57.
- Suryanadi, P., & Marciadi, A. (2020). The role of brand engagement in self-concept toward brand love and brand advocacy. *Sebelas Maret Business Review*, 5(2), 64-73.
- Toldos (2015), a factorial solution of seven factors was obtained; Success, Hipness/Vivacity, Sophistication, Sincerity, Domesticity/Emotionality, Ruggedness and Professionalism.
- Ukkas, I. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas tenaga kerja industri kecil kota palopo. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 2(2).
- Weenas, Jackson R.S. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA vol.1 no.4 Desember 2013*.

- Widayati, W. (2018). RETRACTED: Pengaruh Model Pembelajaran Berbasis Penemuan terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Matematis dan Self Concept dengan Mengontrol Kemampuan Awal Peserta Didik Kelas VII SMP pada Materi Bangun Datar. *Jurnal Riset Pendidikan Dan Inovasi Pembelajaran Matematika (JRPIPM)*, 1(2), 95-105.
- Zulfikar, R., & Putri, A. S. (2020). Web-based system for creative writing. *Journal Of Applied Studies In Language*, 4(2), 144-150.