

DAFTAR PUSTAKA

- Alvara Researce Center. (2016). *Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millenials*. Jakarta: Alvara Strategi Indonesia.
- Angraeni Indah (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Personal Branding Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 9 No 1*.
- Azmi, Taufiqurrahman, Adabi, Marsinem, Wicaksono (2023). Pengaruh Brand Image dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis Vol 7 No 2*.
- Bartels, L. 1988. Issue voting under uncertainty: an empirical test. *American Journal of Political Science*, (30), p.709-728.
- Bimantara Made (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 13 No 1*.
- Budiyanto, Pamungkas, Praditya (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen: Analisis Bibliometrik. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Vol 4 No 8*.
- Citrayanti dan Yuhertiana (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Memilih Pada Pemilih Muda Dalam Pilkada Tahun 2020 (Studi Kasus Pemilih Muda Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2017). *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja Vol 47 No 2*.
- Downs, A. 1957. *An Economic Theory of Democracy* New York: Harper-Row.
- Fauzi Ulfah (2021). Pengaruh Branding Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pemilihan Wedding Organizer Syariah. *Youth & Islamic Economic Journal Vol 2 No 1*.
- Febriyani dan Indriani (2023). Pengaruh Fitur Pemasaran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Industri Cepat Saji Dengan Kepercayaan Pada Merek Sebagai Mediator. *Journal of Management Vol 12 No 1*.
- Firli Musfar, T. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. In *Media Sains Indonesia*.
- Firmanzah. 2011. *Mengelola Partai Politik*. Jakarta: Yayasan Obor
- Firmanzah. 2012. *Marketing Politik, Antara pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor

- Franklin, C.H. 1991. Eschewing obfuscation? campaigns and the perceptions of US senate incumbents *American Political Review*, (85), pp.1193-1214
- Ghani dan Astuti (2023). Hubungan Antara Komentar Negatif di Media Sosial Instagram dengan Pembentukan Personal Branding. *Bandung Conference Series Vol 1 No 1*.
- Glazer, A. 1990. The Strategy of Candidate Ambiguity. *American Political Science Review*, (84), pp.237-241.
- Halim, F. et all. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. In Yayasan Kita Menulis.
- Handani, Nasution, Sundari (2023). Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Berbelanja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 2 No 1*.
- Hendra Adi (2020). Strategi Personal Branding Perupa Melalui Media Sosial. *Jurnal Tata Kelola Vol 6 No 2*.
- Hendra dan Lusiah (2020). Impact of Personal Branding, Product Quality and Self-Efficacy on Purchase Decisions on Private Label Rights Products. An Empirical Study. *Journal of Business and Management Vol 5 No 2*.
- Hertanto, dkk. (2021). Pilkada di masa pandemi: tantangan dan harapan dari beragam perspektif. Lampung:CV Anugrah Utama Raharja.
- Hidayat, Samsudin, Khoirunnisa, Susilo, Saputra, Tanzaga, Khamdiah (2023). Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur. *Journal of Islamic Education Management Vol 3 No 2*.
- 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*.
- Inami dan Nurislaminingsih (2023). Analisis Bentuk Personal Branding Pustakawan Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Pustakawan di Kota Semarang, Salatiga, dan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Vol 1 No 1*.
- Iskandar dan Assa (2022). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Vol 4 No 8*.
- Jannah, Rohman, Kiswantoro, Hayatri, Ashartono (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung ke Gunung Api Purba Nglanggan Gunungkidul. *Jurnal Manajemen Vol 6 No 2*.

- Jatmiko, Anggarani, A., & Sudarwan. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. In Universitas Esa Unggul.
- Kotler, P. 2008. Manajemen Pemasaran. Jaakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, P., and Kotler, N.1981. Business Marketing for Political Candidates, Campaigns and Elections, (2): 24-33.
- Lestari, Rahayu, Setiawati (2022). Efektivitas Media Sosial Tiktok Terhadap Personal Branding Ganjar Pranowo Pada Masyarakat Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial Vol 2 No 3*.
- Lijphart, A. 1977. Religious Vs. Ethnic Vs. Class Voting: The 'Crucial Experiment' in Comparing Belgium, Canada, South Africa and Switzerland. *The American Political Science Review*. 73, 442-458.
- Mandira dan Carey (2023). Personal Branding di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi President Oriflame). *Journal Management, Business, and Accounting Vol 22 No 1*.
- Meliala (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilih Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Dan Penerapan Strategi Bertahan Dan Menyerang Untuk Memenangkan Persaingan. *Jurnal Citizen Education Vol 2 No 2*.
- Muslim (2019). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 6 No 2*.
- Niffenegger, P.B. 1989. Strategis for Success from The Political Marketers. *The Journal of Consumer Marketing*, (6), 1, p.45-51.
- Ningsih dan Vania (2022). The Influence Of Brand Image And Personal Branding On The Purchase Decision Of Menantea Products In The City Of Malang, East Java. *Journal of Management Vol 12 No 2*.
- Nursal, A. 2004. Political marketing: Strategi Memenangkan Pemilu, Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pangestu, H. P. (2020). Pengaruh kampanye politik melalui media sosial instagram terhadap persepsi pemilih pemula dalam pemilihan presiden dan wakil presiden di kelurahan babakan sari kecamatan kiaracondong kota bandung. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjajaran.
- Putra dan Vipraprastha (2018). Personal Branding, Sosial Media Marketing, Dan Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Buying Decision Pada Konsumen E-Commerce Shopee. *Jurnal Modus Vol 34 No 1*.

- Putra, Khairunnissa, Maulidia (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Personal Branding Pada Akun @belinda. firdaa. *Prosiding Seminar Nasional Vol 1 No 1*.
- Putra, T. R., & Ahmad N. (2020). Pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019: studi pada mahasiswa Fisipol UGM. *Jurnal PolGov*. 2, 1, 193-222.
- Putri Shinta (2021). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Communicology Vol 9 No 1*.
- Putri, Prisanto, Ernungtyas, Anisa (2022). Personal Branding Politikus Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora Vol 5 No 2*.
- Rahayu dan Hasanah (2020). Sosial Media Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STMIK Royal. *Journal of Science and Sosial Research Vol 3 No 1*.
- Rasmilah Romadhoni (2023). Pengaruh Millennial Branding Erick Thohir Terhadap Perilaku Pemilih Di Pilpres 2019. *Jurnal Media Kita Vol 6 No 2*.
- Ridwan, Isniyunisyafna, Luna (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih Unis Sebagai Tempat Kuliah Tahun 2022/2023. *Jurnal Sikom Vol 4 No 2*.
- Rini, Mulyadi, Putera, Dermawan, Ilham (2022). Analisis Sales Promotion dan Personal Branding Terhadap Keputusan Pembelian Paket Pernikahan Venrose Wedding Organizer di Kota Bandung. *Journal of Event, Travel and Tour Management Vol 2 No 2*.
- Rush, M. & Althoff, P. (2008). Pengantar sosiologi politik. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sabar, N., Nirwana, T., & Riduan, T. (2021). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli. In Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli (Vol. 2).
- Salsabila dan Harti (2021). Pengaruh iklan media sosial, electronic word of mouth, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Akuntabel Vol 18 No 4*.
- Saputro, E. P., & Setyaningrum, D. P. (2023). The Impact of Brand on Purchasing Decisions. *Journal of Supply Chain Management*, 3(1).
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). Manajemen Pemasaran. In Samudra Biru.

- Schiffman, Leon G. & Kanuk, L.L. 2007. *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Penerbit Indeks.
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 4th Edition. USA: John Wiley & Sons, Inc
- Siregar August (2021). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Personal Branding Terhadap Keputusan Membeli Unit Rumah Di Kompleks Royal Sumatera. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist Vol 4 No 2*.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami ilmu politik*. Jakarta: Penerbit Grasindo.
- Susanto, E. H. (2017). Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal Aspikom*, 3, 3, 379-398.
- Susanty Susy (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Personal Branding dan Eksistensi Pekerja Migran Indonesia di Singapura. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi Vol 3 No 2*.
- Tarina, Faaroek, Tambunan (2023). Pengaruh Personal Branding Tasya di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mother of Pearl. *Jurnal Global Komunika Vol 6 No 1*.
- Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
- Utama, Purnama, Septian (2019). Political Marketing Mix Dalam Keputusan Memilih Maha-siswa UPI Pada Pilgub Jabar 2018? *Journal of Business Education Vol 4 No 1*.
- Virginia dan Ahmadi (2023). Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Personal Branding Mahasiswa STIKOM InterStudi Angkatan 2018. *Jurnal Bandung Conference Series Vol 3 No 3*.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. In Deepublish (Issue 1).