

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

Anshor, M. & S. Iswati (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.

Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Bungin, H. M. Burhan (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.

Clow, K. E. dan Baack, D. (2012). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications, Seventh Edition*. England: Pearson.

Erwin Parengkuan, Tumewu, Becky Anggi Mustika. 2014. *Personal Brand-Inc*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Jalaludin Rakhmat (2021). *Psikologi komunikasi (Psychology of Communication)*. Indonesia Onesearch.

Jules Marcoux (2016) . *Be The Brand The Ultimate Guide to Building Your Personal Brand*. Goodreads.

Hardani, Hikmatul, Helmina (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu.

Haroen, Dewi. 2014. *Personal Branding*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Hovland, C. I., & Weiss, W. 1951. *The influence of source credibility on Communication effectiveness*. Public Opinion Quarterly, 15, 635-650.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas Jilid Dua. Jakarta: Erlangga

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.

McNally, David and Karl D. Speak. (2002). *Be Your Own Brand*. San Fransisco: Berret Koehler Publisher, Inc.

Muh Fitrah, M.Pd. & Luthfiyah, M.Ag. (2017). *Metodologi penelitian : penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. Sukabumi.

Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2016 *.Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Rakhmat, Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rampersad, Hubert K. (2008). *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM Rangkuti, Freddy. (2009). *The Power of B*.

Kevin Lane Keller (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, Managing Brand Equality, Fifth Edition*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Sistem Informasi Pustaka.

Timothy P. O'Brien. 2007. *The Power of Personal Branding: Creating Celebrity Status with Your Target Audience*. ThriftBooks-Phoenix.

Zimmerman, J., Ng, D. (2017). *Social Media Marketing All-in-One for Dummies*. Germany: Wiley.

SUMBER ARTIKEL

Muchlisin Riadi. Membangun Personal Branding. [https://www.kajianpustaka.com/2019/09/membangun-personal-branding.html#:~:text=Menurut%20Montoya%20\(2006\)%2C%20personal,karirnya%20sebagai%20merek%20\(brand\)](https://www.kajianpustaka.com/2019/09/membangun-personal-branding.html#:~:text=Menurut%20Montoya%20(2006)%2C%20personal,karirnya%20sebagai%20merek%20(brand).). Diakses 25 September 2019.

Skill & Portfolio Devienna Setiawan. https://haho.co.id/talent/devienna_setiawan. Diakses Maret 2018

Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Faktor-Faktor Pemilihan Profesi. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20462251&lokasi=lokal>. Diakses 3 Oktober 2016.

Personal Branding: Definisi, Tujuan, dan Strateginya. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/153000369/personal-branding-definisi-tujuan-dan-strateginya>. Diakses 05 Agustus 2021.

The Application of Source Credibility Theory in Studies about Library Services. <https://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/view/4393/3101>. Diakses 5 November 2015.

SUMBER INTERNET

Andi Dwi Riyanto. (2022). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022. Diakses pada Februari 2020, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Wikipedia Ensiklopedia Bebas (2022) Youtube. Diakses 12 April 2022, <https://id.wikipedia.org/wiki/Youtube>

Créant Ultra Precision Brow Pencil. <https://journal.sociolla.com/beauty/produk-makeup-lokal-baru>. Diakses pada 15 April 2021.

SUMBER JURNAL

Aji Normawan Rosyid (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Revo (Studi Kasus pada Konsumen Sepeda Motor Honda Revo Astra Motor Kebumen). Diponegoro Journal of Social and politic.

Ananda, A & Wandebori, H. 2016. "The impact of drugstore makeup product reviews by beauty vlogger on Youtube towards purchase intention undergraduate students in Indonesia International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science, 264-273

Dinda Putri (2021). Strategi *Personal Branding Beauty Influencer* Affi Assegaf Melalui Media Sosial Instagram. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.

Enjang Damara Gandri, Gita Widiasanty (2019). Personal Branding Atta Halilintar Sebagai Influencer Konten Di Youtube. Prosiding Jurnalistik, Universitas Islam Bandung.

Eribka Ruthellia, David, Mariam Sondakh, Stefi Harilam. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi.

Indah Afrianti (2020). Analisis Isi Personal Branding Dalam Channel Youtube Beauty Vlogger (Study Kasus tentang Video Rachel Goddard). Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Indriani Puspaningrum (2017). Analisis *Personal Branding* Dalam Channel Youtube Beauty Vlogger Kiara Leswara. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom Bandung.

Marchelinus Denis (2020). Penerapan *Personal Branding* Berliana Anggit Tirtanta Sebagai Beauty Yogyakarta di Media Sosial Instagram. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Rita Srihasnita R.C dan Dharmasetiawan, (2018). Strategi membangun Personal Branding dalam meningkatkan Performance diri. Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir, 4(1).

Sinaga, Rumandong Eliza Maria dan Andriani Kusumawati. 2018. Pengaruh Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampak terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 63, No. 1:187-196.

Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image And Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBIS), 5(2), 168–180.

Jurnal Luar

<https://www-emerald-com.proxy.undip.ac.id/insight/content/doi/10.1108/SBM-01-2021-0007/full/pdf?title=personal-branding-on-instagram-an-examination-of-iranian-professional-athletes>