

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku dalam Jurnal

- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Branding Destinasi*. Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group.
- Creswell, J.W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Dwi Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook Tip Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Ellis-Chadwick, F., & Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. 7th edition. New York, Pearson.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). *Social media? Get Serious Understanding the Fucntional Building Blocks of Social Media*, Vancouver. Business Horizons, 241-251
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 5th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Landsverk, K. H. (2014). *The instagram handbook: 2014 edition*. PrimeHead Limited.
- Liliweri. A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Prenada Media.
- Mayasari, I., Widjanarko, A. A., Risza, H., Kurniaty, D., Apriyana, N., Wiadi, I., & Chadijah, C. (2020). Branding: Konsep dan Studi merek Lokal. In *Angewandte Chemie International Edition*.
- Martin Lister dkk, (2003). *New media: a critical introduction*, New York: Routledge.

- McNally, D., & Speak, K. D. (2012). *Be Your Own Band: Achieve More of What You Want by Being More of Who You Are*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: PT. Kencana Perdana
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying The Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence. Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. Peter Montoya Incorporated.
- Nasrullah, R. (2015). *Teori Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Kultur, dan Sosio Teknologi)*. *Simbiosis Rekatama Media*.
- Peter Montoya, T. V., & Vandehey, T. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. New York: McGraw Hill Professional.
- Rampersad, H. K. (2009). *Authentic Personal Branding: A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand*. Charlotte, NC: Information Age Publishing Inc.
- Sukmadinata. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Graha Aksara.
- Sumarwan, U., dkk. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen : Panduan Riset dan Kajian : Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Resiko*. PT Penerbit IPB Press: Bogor.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisna, E. (2010). *12 Jurus Jitu Meroketkan Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Swasty, W., & Nita Nur, M. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research Design and Methods*. SAGE Publications, Inc.

Internet (karya individual)

Azhar, M. F., & Winduwati, S. (2020). *Pembentukan Personal Branding K-Pop Influencer Melalui Media Sosial Instagram* (Studi kasus pada akun Instagram @Kimdarlings). *Prologia*, 4(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6607>

Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi Influencer. 2021. Jakarta, Diambil dari: <https://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/254>

Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*. 2021. Diambil dari: <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/67>

Personal Branding Content Creator di Media Sosial Instagram. 2021. Diambil dari: <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10331>

Strategi Personal Branding Penyanyi Tulus, dalam mempertahankan eksistensi. 2019. Diambil dari: STRATEGI PERSONAL BRANDING PENYANYI TULUS DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI | Conference On Communication and News Media Studies (umn.ac.id)

Internet (artikel dalam jurnal online)

Ghodeswar, B. M. (2008). Building brand identity in competitive markets: a conceptual model. *Journal of Product & Brand Management*, 17(1), 4-12.

Sutedja, N. (2012). Pentingkah Bisnis untuk Perusahaan Kecil? *Majalah Akses Edisi ke-20: Mengejar Peluang Pasar dari Asia Pasifik hingga Afrika*, 26.