

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, E. (2011). In *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto. (2016). In *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). In *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2016). In *Integrated Advertising, Promotions, and Marketing Communication 7th edition* (p. 272). England: Pearson.
- Donni, J. P. (2017). In *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer* (p. 94). Bandung: Alfabeta.
- Haroen, D. (2014). In *Personal branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia* (p. 13). Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). In *Principles of Marketing Global 14th edition* (p. 172). New Jersey: Prentice.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). In *Principles of Marketing 17e Global Edition*. UK: Pearson.
- Kriyantono, R. (2010). In *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- McNally, D., & Speak, K. (2011). In *Be Your Own Brand* (p. 22). San Francisco: Berrett Koehler Publisher, Inc.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2011). In *Be your own achieve more of what you want by* (p. 44). San Francisco: Berrett-Koehler Publisher.
- Montoya, P. (2014). In D. Haroen, *Personal branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia* (p. 67). Jakarta: Gramedia.
- Schuster, O. (2019). In *Entrepreneurs' Acceptance of Digital Marketing Communication Technologies: A European Study* (p. 29). A European Study: Deutsche Nationalbibliothek.
- Scissons, M., Sim, H., & Vo, J. (2014). In *Flashtock's Instagram Marketing Strategy*. E-book.
- Septiadi, D. (2012). In *Analisis Pembentukan Personal Brand Melalui Sosial Media : Studi kasus Pembentukan Personal Brand Chappy Hakim dan Yunarto Wijaya melalui Twitter* (p. 53). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Sugiyono. (2017). In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Zimmerman, J., & Sahlin, D. (2010). In *Social media marketing All-in-One for Dummies* (p. 11). Hoboken: Wiley Publishing.

Jurnal

- Dumont, G., & OS, M. (2020). Social dynamics and stakeholder relationships in *personal branding*. *Journal of Business Research* 106, 118-128.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2017). Strategi Pemanfaatan Digital yang Dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 32.

- Mukhlisiana, L. (2019). Urban Youngster *Personal branding* through Instagram. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU)* Vol. 6, Special Issue.
- Nugraha, D., E., & Rachmawati, I. (2019). *Personal branding* Fan Account Pada Media Sosial Twitter. *Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi Volume 5, No.2*, 745-751.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram sebagai Alat *Personal branding* dalam Membentuk Citra Diri (Studi pada Akun Bara Pattiradjawane). *Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 3 No. 2*.
- Soraya, I. (2017). *Personal branding* Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram. *Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 2*.
- Yanti, M., Goenawan, F., & Monica, V. (2020). *Personal branding* Malvava Make Up Artist dalam Akun Instagram @Malvava. *JURNAL E-KOMUNIKASI VOL 8 NO.2*.

Website

- (<http://eprints.untirta.ac.id/1314/1/SKRIPSI.%20STRATEGI%20PERSONAL%20BRANDING%20DENNY%20SANTOSO%20-%20Copy.pdf> diakses pada 2 April 2021)
- (<https://media.neliti.com/media/publications/133264-ID-analisa-faktor-faktor-pembentuk-personal.pdf> diakses pada 2 April 2021)
- (http://repository.upi.edu/44300/4/S_IKOM_1506625_Chapter3.pdf diakses pada 2 April 2021)
- (<https://www.merdeka.com/teknologi/riset-pengguna-media-sosial-mencapai-422-miliar-di-dunia.html?page=1> diakses pada 2 April 2021)
- (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> diakses pada 2 April 2020)