

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (S. S (ed.)). Mediakita.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian* (14th ed.). Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi Kebijakan Publik dan ilmu sosial lainnya* (2nd ed.). Kencana.
- Chaffey, & Chadwick, E. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (6th ed.). Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2015). *Imu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Haroen, D. (2014a). *Personal Branding : Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik* (A. Ubaedy & A. Wiranata (eds.); Cet.1). Gramedia Pustaka Utama.
- Haroen, D. (2014b). *Personal Branding : Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Loretta, D. (2015). *Its Me! : Super Brand Diri Untuk Jadi Beda* (Tanudi (ed.)). Lintas Kata.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publication Ltd.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi* (N. S. Nurbaya (ed.); Cet.2).
- Nisrina. (2015). *Bisnis Online : Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang* (Witia (ed.)). Kobis.
- Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (Ed.1, Cet.). Kencana Prenada Media Group.
- Noor, J. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.
- Rakhmat, J. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi* (Cet.15). Remaja Rosdakarya.

- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. In Media.
- Sugiyama, K. (2010). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency* (1st ed.). McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (10th ed.). Alfabeta.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian* (T. Admojo (ed.)). CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, Personal Branding-mu* (Cet.1). Visi Media.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (4th ed.). CV Andi Offset.
- Widyastuti, S. (2018). *Komunikasi Manajemen Pemasaran Terpadu*. Universitas Pancasila Press.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.

Jurnal:

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication, Vol.13*, 230.
- Butar, C. R. B., & Ali, D. S. F. (2018). Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, Vol.2, No.2, 2018*, 101.
- Diwati, F., & Santoso, T. I. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal EBANK, Vol 6, No.2, 2015*, 54.
- Hartini, S. (2016). Pengaruh Nilai Informasi dan Dorongan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Amir Hamzah Medan). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis, Volume 2 N*.
- Pratiwi, W. A., & Rahanatha, G. B. (2016). Peran Brand Awareness Memediasi

Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5.

Sufa, F., & Munas, B. (2012). ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KUALITAS PESAN IKLAN, FREKUENSI PENAYANGAN IKLAN TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI MIE SEDAP (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip, Tembalang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol.1, No., 233.

Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN LUX (SURVEI PADA PENGUNJUNG MEGA BEKASI HYPERMALL). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 3, No, 15.

Website:

Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Andi Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>

Rizaty, M. A. (2021). *Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021*. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021#:~:text=Berdasarkan data Badan Pusat Statistik,diproyeksikan naik 7%25 pada 2021>