

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- David, F. (2009). *Manajemen Strategis Konsep, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Durianto, & Liliana. (2004). Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft dan Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan menggunakan Customer Decision Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang
- Flavel, & Williams. (1998). *Strategic Management: A Practical Approach* Sydney: Prentice Hall. Sydney: Prentice Hall.
- Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill Companies.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. DIY: Trussmedia Grafika.
- Johnson, R. (2017). *Strategic Management in Small and Medium Enterprises: Theory and Practice*. Routledge.
- Kazmi. (1992). *Strategic Management*. McGraw-Hill Education.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.

- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Bowen, & Makens. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4*. Jakarta
- Lair, Sullivan, & Cheney. (2005). Marketization and the recasting of the professional self: The rhetoric and ethics of personal branding, *Management Communication Quarterly*.
- Lidyawati. (2008). Hubungan antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi dengan Perilaku Konsumtif.
- Lieb, R. (2012). *Content Marketing: Think Like a Publisher-- how to Use Content to Market Online and in Social Media*. Que Publishing.
- Meilyana, E. (2018, August). *Content Marketing*.
- Montoya, & Vanhaley, T. (2004). *The Personal Branding Phenomenon*.
- Montoya. (2002). *The Personal Branding Phenomenon. 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*.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Morissan. (2014). *Periklanan – Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Media Group.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana, D. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nickles, W. G. (1984). *Marketing Communication and Promotion*.
- O'Brien, T. (2007). *The Power of Personal Branding: Creating Celebrity Status with Your Target Audience*. Personal Branding Group.

O'Connor. (1999). The politics of management thought: A case study of the Harvard Business School and the Human Relations School Academy of Management Review.

Pramita, A. (2016). Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Tangerang: Ramdina Prakasa.

Pulizzi, J. (2009). Get Content Get Customer: Turn Prospects into Buyers with Content Marketing. New York: The McGraw-Hill Companies.

Raharjo, F. S. (2019). The Master Book of Personal Branding: Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara. Anak Hebat Indonesia.

Rampersad, H. K. (2014). Sukses Membangun Authentic Personal Branding. PPM.

Rampersad. (2008). Authentic Personal Branding. North Carolina: Age Publishing.

Sadler. (2003). Strategic Management. Kogan Page Publishers.

Setya. (2020). Aliran Seni Lukis Indonesia. Alprin.

Siregar. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS. Jakarta: Kencana.

Siyoto, Sandu, & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. DIY: Suaka Media.

Smith, T. (2018). The Role of Small Churches in Local Communities. Journal of Community Psychology, 46(3), 310-325.

Sudijono, A. (2010). Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta: Rajawali Press.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods).

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Sulaksana, U. (2005). *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta
- Suyono, A., Sukmawati, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Tantawi, I. (2019). *Dasar-Dasar Ilmu Budaya: Deskripsi Kepribadian Bangsa Indonesia*. Prenada Media.
- Thompson, A. A. (2020). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. Yogyakarta.
- Wasesa. (2018). *Personal Branding Code*. Jakarta: Noura.
- Wiratno, T. A. (2018). *Seni Lukis Konsep Dan Metode*. Surabaya: Jakad Publishing