



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2014). *Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success*. New York: Morgan James.
- Acil, D. (2021, Agustus 15). *Fakta Klinik Kecantikan Athena Milik dr. Richard Lee*. Dipetik Mei 2, 2022, dari Female Daily: <https://editorial.femaledaily.com/blog/2021/08/14/fakta-klinik-kecantikan-athena-milik-dr-richard-lee>
- Aida, N. R. (2021, Agustus 12). *Kronologi Kasus Dokter Richard Lee-Kartika Putri hingga Munculnya Petisi "Selamatkan Tokoh Penyelamat Kaum Wanita Indonesia"*. Dipetik Maret 21, 2022, dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2021/08/12/163600565/kronologi-kasus-dokter-richard-lee-kartika-putri-hingga-munculnya-petisi?page=all>
- Aliya, F. N. (2020). ANALISIS FAKTOR PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING KETUA UMUM PSSI EDY RAHMAYADI. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 43.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education.
- Badan Litbang Kemendagri. (2018, April 9). *Riset Ungkap Berapa Lama Sebuah Persahabatan Bisa Terbangun*. Retrieved from litbang.kemendagri.go.id: <https://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-ungkap-berapa-lama-sebuah-persahabatan-bisa-terbangun/>
- Basuki, T. I. (2017). Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro di Kota Bandung. *Jurnal STEI Ekonomi*, 254.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods (4th edition)*. New York, Madison Avenue, USA: Oxford University Press Inc.
- Chrisnadi. (2020). Strategi Personal Branding Fitra Eri dalam Membangun Kredibilitas Sebagai Vlogger Otomotif Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 1. Dipetik Maret 17, 2022, dari https://kc.umh.ac.id/14348/3/BAB_I.pdf
- Coombs, W. T. (2015). *Crisis Communication*. Florida: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE MYPANGANDARAN TOUR AND TRAVEL. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 859.

- Diananto, W. (2022, Juni 23). *Dr Richard Lee Ngaku Kena Mental Setelah Dilabrak Razman Arif Nasution di Pengadilan*. Diambil kembali dari Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4993610/dr-richard-lee-ngaku-kena-mental-setelah-dilabrak-razman-arif-nasution-di-pengadilan>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal Branding: Interdisciplinary Systematic Review and Research Agenda. *Journal of Psychology*, 6.
- Goustono, L. A. (2021, Agustus 24). *Pengaruh Penggunaan Influencer Sabrina Chairunnisa Terhadap Brand Resonance Somethinc*. Retrieved from Knowledge Center UMN: <https://kc.umn.ac.id/16501/>
- Gulati, G. (2021, Desember 20). *Top 5 Personal Brands From Business World*. Retrieved from gauravgulati.com: <https://www.gauravgulati.com/top-5-personal-brands-from-business-world/>
- Haroen, D. (2014). *PERSONAL BRANDING: KUNCI KESUKSESAN BERKIPRAH DI DUNIA POLITIK*. Indonesia, Jakarta, Jakarta Barat: PT Gramedia Pustaka Utama. Dipetik Februari 20, 2022
- Hootsuite.com. (2022). *The Global State of Digital 2022*. Retrieved from Hootsuite.com: <https://www.hootsuite.com/research/social-trends>
- Jad, S. M., Shafeib, R., & Emamic, E. (2021). An Analysis of Personal Branding Tactics Strategies in Athletes' Professional Success. *Journal of International Marketing Modeling*, 31.
- Johnson, C. (2019). *The Art and Science of Personal Branding*. New York: Crown Publishing Group.
- Kaputa, C. (2012). *Breaktrough Branding*. Boston: Nicholas Brealey Publishing.
- Karsono, Purwanto, & Bin Salman, A. M. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4. doi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Kusuma, A. H., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Salmiah, A. R., . . . Simarmata, J. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi & Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis. Dipetik Februari 20, 2022
- Lee, R. (2018, November 9). Berkenalan dengan dr. Richard Lee, MARS dan Sejarah Klinik Kecantikan Athena. Palembang, Sumatra Selatan, Indonesia. Diambil kembali dari <https://www.youtube.com/watch?v=ETf30QEELik>

- Lee, R. (2022, Juni 10). *Profile*. Retrieved from Instagram.com: https://www.instagram.com/dr.richardlee_official/
- Leticia, & Rusdi, F. (2021). Pengaruh Personal Branding Felicya Angelista di Instagram terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Scarlett Whitening. *PROLOGIA*, 329.
- Liwafa, T. (2021). *Personal Branding Bisa Mengubah Takdir*. Indonesia, Jakarta, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research An Applied Approach*. Harlow: Pearson Education.
- Marcoux, J. (2016). *Be The Brand: The Ultimate Guide To Building Your Personal Brand*. Retrieved Maret 16, 2022, from <https://en.id1lib.org/book/2768578/f329ba>
- Marselina, D., & Siregar, E. H. (2017, April). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor. *Jurnal Managemen dan Organisasi*, VIII(1), 16. Dipetik Juni 13, 2022
- McNally, D., & Speak, K. D. (2013). *Be Your Own Brand: Achieve More of What You Want by Being More of Who You Are*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *THE BRAND CALLED YOU Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business*. New York: McGraw-Hill.
- Nahdiat, B. N. (2022, Januari 11). *11 Cara Mengetahui Kepribadian Seseorang dari Media Sosial*. Diambil kembali dari Fimela.com: <https://www.fimela.com/lifestyle/read/4856720/11-cara-mengetahui-kepribadian-seseorang-dari-media-sosial>
- Nasrusllah, R. (2016). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neumeier, M. (2015). *The Brand Flip Why Costumers Now Run Companies and How To Profit From It*. United States of America: New Riders.
- Perbawasari, S., Silaban, S. I., & Dida, S. (2019). Personal Branding Yulia Baltschun Sebagai Diet Influencer Melalui Youtube. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut (Hasil Pemikiran dan Penelitian)*, 357.
- Pramadi, S. (2020, April 16). *PENGARUH PERSONAL BRANDING LAUDYA CYNTHIA BELLA TERHADAP BRAND IMAGE BANDUNG MAKUTA CAKE*. Retrieved from repository.upi.edu: <http://repository.upi.edu/id/eprint/48446>

- Pranindya, C. D., Wibawa, B. M., & Gunawan, J. (2019). Analisis Perilaku dan Loyalitas Pelanggan ZAP Clinic. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(1), 15-16.
- Sadrabadi, A. N., Saraji, M. K., & MonshiZadeh, M. (2018). Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media. *Journal of Marketing Management and Consumer Behaviour*, 53.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Timothy, S. G. (2018, Juli 11). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Lakme Indonesia*. Retrieved from Knowledge Center UMN: <https://kc.umn.ac.id/6200/>
- Vaynerchuk, G. (2018). *CRUSHING IT!: How Great Entrepreneurs Build Their Business and Influence-And How You Can, Too*. Australia: Harper Collins Publishers. Dipetik Maret 17, 2022, dari <https://en.id1lib.org/book/3423596/4e5ffa>
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. (2015, April). PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS IKLAN PRODUK PERAWATAN KECANTIKAN POND'S). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, IX(1), 16-22. doi:<https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.16-22>
- Wiranata, D. A. (2017, September 18). *CITRA JURNALIS DIKALANGAN MAHASISWA TENTANG IDEALISME JURNALISTIK DAN PRAGMATISME POLITIK (Studi pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Malang)*. Retrieved from eprints.umm.ac.id: <https://eprints.umm.ac.id/35208/>
- Yancy , R. P., & Cooley, D. M. (2020). The Power of the Brand: Personal Branding and Its Effect on Job Seeking Attributes. *Journal of Internet Commerce*, 1-22.