

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, A. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2),111-122.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi penelitian untuk public relations kuantitatif dan kualitatif* (N. S. Nurbaya, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Auliya, N. (2018). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology 2 Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan E-Ticket di Yogyakarta
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Duli, N. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS. Yogyakarta: Deepublish
- Franzia, E. (2018). Personal Branding Melalui Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Pakar 2018 Buku II*, 15–20.
- Hadi, I.P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I.I. (2021). Komunikasi Massa. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Haroen, Dewi. (2014). Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik. Jakarta: Gramedia
- Hartawan, M. S. (2019). Analisis Faktor Pengaruh Penggunaan Aplikasi Mobile Menggunakan Unified Theory Acceptance And Use Of Technology (UTAUT).In *ESIT* (Vol. 14, No. 3, pp. 1-5).
- Herlina, V. (2019). Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan* (H. Munandar, Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kartajaya, Hermawan. (2005). Positioning Diferensiasi Brand: Memenangkan Persaingan Dengan Segitiga Positioning – Diferensiasi – Brand. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kusumastuti, A., Khoiron, A.M., & Achmadi, T.A. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish
- Masyhuri dan M. Zainuddin. (2008). Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Susilo, H. (2015). Implementasi e-commerce sebagai media penjualan online (studi kasus pada toko pastbrik kota malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1-9.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). *The Brand Called You: Make Yoour Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. New York: McGraw Hill Professional.
- Morissan. (2010). Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu Cetakan Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, Deddy. 2008. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: PT.Remaja

- Rosdakarya.
- Nirmala, S. A. (2018). *Pengaruh Iklan dan Sales Promotion Kfc Chochicks Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Customer Kfc Wilayah Tangerang)*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- O'Brien, T. (2007). *The Power of Personal Branding: Creating Celebrity Status with Your Target Audience*. New Jersey: Personal Branding Group.
- Pambudi, A. L. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Menggunakan Pemasaran Internet di Indonesia
- Pramadi, S. (2019). *Pengaruh Personal Branding Laudya Cynthia Bella Terhadap Brand Image Bandung Makuta Cake*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Purba, Amir, dkk. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Press
- Rahim, A. R. (2020). *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Zahir Publishing.
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Rampersad, Hubert K. 2008. *Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM Publishing.
- Rampersad, H. K. 2009. *Authentic Personal Branding: A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand*. Charlotte. NC: Information Age Publishing Inc
- Riduwan. (2005). *Skala Pengukuran Variable Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ristiarini, J. (2012). *Tanggapan Mahasiswa Tentang Celebrities Endorser (Miss Universe) Minuman Kesehatan You C1000*. Universitas Padjajaran.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rusdiana, & Sidik, A. P. (2020). Pengaruh Personal Branding Terhadap Minat Beli Konsumen. *Buana Komunikasi*, 1(2), 102–109.
- Rusmin. (2017). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY (Studi pada Pengunjung Pusat Perbelanjaan Mall Olympic Garden Malang)*. University of Muhammadiyah Malang.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku konsumen* (7 ed.). Jakarta: Indeks.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Soraya, Iin. 2017. Personal branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). Jakarta : Jurnal Komunikasi. Vol. 8, No.2
- Stevani & Widayatmoko. 2017. Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk Personal Branding. Jakarta : Jurnal Komunikasi. Vol. 9, No. 1
- Sudiana, D. (1986). *Komunikasi Periklanan Cetak*. Bandung: Remadja Karya.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, H. M. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara.
- Syah, M. (2005). *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tamburaka, A. (2003). *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Wulandari, Ni Putu Ary., dan I Ketut Yadnyana.(2015). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology untuk Menjelaskan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Filing di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 14(2): 1270-1297.
- Yani, J. A. (n.d.). Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Ferrari, JR, Jhonson, JL, & McCown, WG (1995). *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research & Treatment*. New York: Plenum Press. Yudistira P, Chandra. Diktat Ku.
- Yuliarti, R. (2020). Pengaruh Personal Branding Food Enthusiast Ulfah Yunita Putri Utami Pada Instagram @Agakenyang Terhadap Minat Konsumen Kuliner. *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(1), 14–24.
- Yusuf, A Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Website:

https://shopee.co.id/?gclid=Cj0KCQiA_8OPBhDtARIsAKQu0gbdfxJQj9SMaH3s oe-eFEAs4E424YIdWpq6LfQ8oE3qCvy3a7QSLBgaAkWDEALw_wcB

<https://money.kompas.com/read/2021/10/08/145757126/persaingan-e-commerce-ketat-shopee-unggul-dalam-jumlah-kunjungan-pelanggan?page=all>

<https://www.marketeers.com/inilah-kelebihan-aplikasi-belanja-shopee/>

<https://jamal.ub.ac.id/index.php/jamal/article/view/144>

<https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/102519>

<https://media.neliti.com/media/publications/273134-pengaruh-penggunaan-selebri-dalam-ikla-9da2f791.pdf>

http://eprints.ums.ac.id/25615/12/02_NASKAH_PUBLIKASI.pdf