

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W. 2012. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kartajaya, H. 2007. *Hermawan kartajaya on Segmentation*, Bandung : PT. Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta; Erlangga
- McNally, D., & Speak, K. D. 2012. *Be Your Own Brand: Achieve More of What You Want by Being More of Who You Are*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Montoya, Peter dan Tim Vandehey. 2009. *The Brand Called You: Create a personal brand that wins attentionand*. New York: Mc Graw Hill
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*, Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan Tindakan* Bandung: PT Refika Aditama

Sumarwan, Ujang, & dkk. 2013. Riset Pemasaran dan Konsumen : Panduan Riset dan Kajian: kepuasan, perilaku pembelian, gaya hidup, loyalitas dan persepsi resiko. Bogor: IPB Press.

Utami, C.W. 2014. Manajemen ritel : Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia. Jakarta : Salemba Empat

Jurnal

Mangestuti, R.2014. Model pembelian kompulsif pada remaja. Jurnal Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Yunitasari, Cindy dan Edwin Japariato. 2013. Analisa Faktor-faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Universitas Kristen petra.

Narida, Marshelia Gloria. 2019. Kang Pisang: *Personal Branding of The Jokowi Youngest Son in The Microblogging Media. Journal of Media and Communication Science*. Universitas Mataram

Narida, Marshelia Gloria. 2020. *Brand Image Dalam Persaingan Iklan E-commerce Menggunakan Brand Ambassador (Analisis Semiotika Iklan Shopee 'Bisa Tuku Saiki' Versus Tokopedia x BTS). Journal of Media and Communication Science*. Universitas Mataram

Arifianti, Ria dan Wahyu Gunawan. 2020. Perilaku Impulsive buying dan Interaksi Sosial Dalam Pembelian di Masa Pandemi. Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan penelitian Sosiologi.

- Mujiyana, Mujiyana dan Elissa ingge. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko *Online*. Jurnal teknik Industri: Universitas Diponegoro
- Maulana, Shabur Miftah, dkk. 2015. Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan *Online* (Studi kasus pada toko pastbrik Kota Malang).
- Sari, Chaca Andira. 2015. Perilaku Berbelanja *online* di kalangan mahasiswa antropologi universitas airlangga. AntroUnairdotNet IV (2)

Skripsi dan Tesis

- Yuliani, Dewi. 2018. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Mahasiswa Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Secara *Online*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta (Prodi Studi Manajemen)
- Adhiwijaya, Arbi. 2016. Analisis Pengaruh Personal Branding Ridwan Kamil Terhadap Tingkat Kepuasan Warga Kota Bandung Akan Kinerja Pemerintah Kota Bandung. Bandung: Universitas Padjadjaran (Prodi Studi Manajemen)
- Sibarani, Dewi Lestari. 2019. Pengaruh Citra Diri terhadap Pembelian Impulsif Pada Dewasa Awal di Jakarta. Universitas Negeri Jakarta.
- Septriadi, Dicky. 2012. Analisis Proses Pembentukan Personal Brand Melalui Social Media. Jakarta: Universitas Indonesia (Pasca Sarja Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia)

Web

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/07/06/070000565/4-bansos-yang-masih-cair-pada-juli-2021-dari-blt-umkm-hingga-pkh?page=all>

<https://nasional.kontan.co.id/news/ylki-catat-selama-pandemi-aktivitas-belanja-online-meningkat-hingga-30>

<https://www.merdeka.com/uang/riset-ada-pandemi-produk-fesyen-terbanyak-dibeli-melalui-e-commerce-di-kuartal-iii.html>

