

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Heni Krisma Lilik. (2022). *Gaya Komunikasi Suhay Salim dalam Konten Youtube May Favorites 2021*. Ponogoro : Institut Agama Islam Negeri Ponogoro. <https://etheses.iainponorogo.ac.id> .diaksespada 1 Juli 2024.
- Anggito, Albi et al., (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi : CV Jejak. url: <https://www.google book .co.id> Diakses pada 16 Januari 2024.
- Ariffina, Fatma. (2023). *Analisis Gaya Komunukasi Najwa Shihab pada Program Shihab & Shihab*. Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. url: <https://repository.uinsaizu.ac.id>. Diakses pada 8 Juli 2024.
- Aryani, Indita Dewi, Dita Murtiariyanti. (2022). *Instagram Sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan pada A.D.A Souvenir Project*. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha.2(2). url: <http://jurnal.stieww.ac.id>. Diakses pada 1 Juli 2024.
- Asiah, Nur. (2021). *Gaya Komunikasi selebgram Anggarita dalam Product Endorsement Di Instagram*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. url: <https://repository.uin-suska.ac.id> . diakses pada 1 Juli 2024.
- Asmaradewi, Yohana. (2019). *Peran Instagram sebagai Media Promosi dalam meningkatan Jumlah pengunjung Pada Cafe Mas Bro*. Semarang: Universitas Semarang. Url: <https://eskripsi.usm.ac.id>. Diakses pada 1 Juli 2024.
- Astawi, Ania Dwi Sundani. (2022). *Gaya Komunikasi Selebgram @ayuguns Dalam Endorsement Produk di Media Instagram*. Comment: Jurnal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi 2(2). url: <http://stahnmpukuturan.ac.id>. Diakses pada 28 Desember2023.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (10th ed.)*. McGraw-Hill Education. Diakses melalui <https://lontar.ui.ac.id>. Diakses pada tanggal 1 juni 2024.
- Charli, Chintya Ones, Fitri Cintia et al. (2024). *Penerapan Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada PT Pertamina (Patra Niaga) Sumatra Barat*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa. 2(5). url: <http://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com>. Diakses pada 7 Juli 2024.
- Ekawati, Nur Farida. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fair & Lovely (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2015 dan 2016)*. Kediri: Institusi Agama Islam Negeri Kediri. url : <https://etheses.iainkediri.ac.id>. Diakses pada 8 Juli 2024.
- Fitri, Dwi., Nurul Asthari.(2018). *Fenomena Beauty Advertising Brand Kosmetik*

- Pada Minat Beli Konsumen (Studi Pada Tayangan Iklan Kecantikan Wardah di Media Sosial Instagram pada Mahasiswi Universitas Malikussaleh).* Jurnal Jurnalisme. 7(2). url: <https://ojs.unimal.ac.id>. Diakses pada 7 Juli 2024.
- Hanifa (2022) *Gaya Komunikasi Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa.* Other thesis, Universitas Komputer Indonesia. url: <https://elibrary.unikom.ac.id>. Diakses pada 3 Juli 2024.
- Irmayanti, I., & Raisa, N. (2024). Analisis Gaya Komunikasi Dokter Ika Dalam Konten Edukasi Perawatan Kulit di Tiktok. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(1). url : <https://journal.stieamkop.ac.id>. Diakses pada 1 Juli 2024.
- Jannah, Afridatul et al,. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Grosirshop_Stuff dalam Promosi Penjualan.* CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora. 1(4). url: <https://journal.lps2h.com/cendeki>. Diakses pada 4 Juli 2024.
- Kawakib, Nur Fadillah. (2023). *Gaya Komunikasi Orang Tua dalam Menanamkan akhlak Terhadap Remaja di Kelurahan Jatinegara Kota Binjai (Studi Kasus Anak Berperilakuan Buruk di Masyarakat).* Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. url : <http://repository.uinsu.ac.id>. Diakses pada 8 Juli 2024.
- Khanifah, Umi Jazilatul. (2023). *Gaya Komunikasi Kevin Nguyen dalam Menyampaikan Isu Politik di Media Tiktok.* Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. url: <https://repository.uinjkt.ac.id>. Diakses pada 1 Juli 2024.
- Mauldy, Indria (2020) *Pengaruh Retailing Mlx Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur).* Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Url: <http://repository.stei.ac.id>. Diakses pada : 16 Januari 2024.
- Ningrum, Lilian Mega Puri, Eva Ratnasari.(2023). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022.* *Journal Of Student Research (JSR)*. 1(1). url: <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id>. Diakses pada 7 Juli 2024.
- Olivia, D. S. (2018). *Komunikasi Pemasaran Beauty Vlogger Di Youtube Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Universitas Medan Area).* url <http://repository.umsu.ac.id>. Diakses pada 28 Desember 2023.
- Rahmadhani, N. (2021). *Digital Markwting Selebgram @Hannanadya_ Dalam Melakukan Endors dan Paid Promote Pada Olshop Havefunstore.* Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. url : <https://repository.Uin-suska.ac.id>. diakses pada 28 desember 2023.

- Sagitaningrum, Mela. (2019). *Analisis Gaya Komunikasi Selebgram dalam Endorsement Produk di Instagram*. Semarang : Universitas Semarang. url: <https://eskripsi.usm.ac.id>. Diakses pada 7 Juli 2024.
- Tolan, Mita Sari, Frendy A.O. Pelleng, Aneke Y. Punuindoong. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)*. Jurnal: Productivity. 2(5). url: <https://ejournal.unsrat.ac.id>. Diakses pada 7 Juli 2024.
- Veranita, Mira, Rini Susilowati, Ramayani yusuf. (2021). *Pemanfaatan Paltfrom Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Industri Kuliner saat Pandemi Covid-19 (Status Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku)*. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan. 17(3). url: <https://ojs2.pnb.ac.id>. Diakses pada 1 Juli 2024.
- Yusi, M. Syahirman, Titi Andriyani, Yusnizal Firdaus. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis 3(1). url : <https://jurnal.polsri.ac.id>. Diakses pada 7 Juli 2024