

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. A., Dewi, C., & Nugraha, G. R. (2024). Gaya Bahasa dan Teknik Persuasif dalam Iklan Makanan Daring Izakaya Jepang. *NAWA: Journal of Japanese Studies*, 1(1), 45-56.
- Asiah, N. (2021). *Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita dalam Product Endorsement di Instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Chaer, A., & Agustina, L. (2004). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Departemen Pendidikan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia.
- Djaniar, U., Larisu, Z., Khamaludin, K., Ilyas, M. I. F., & Rajab, M. (2023). Peran Endorsement dan Promo Media Sosial terhadap Keputusan Minat Beli Barang: Literature Review. *Jurnal Darma Agung*, 31(2).
- Gupta, R., & Nair, K. S. (2021). Celebrity endorsement on Instagram: impact on purchase intention. *Academy of Strategic Management Journal*, 20, 1-11.
- Hermansyah, D. N., & Aini, D. N. (2024). Gaya Bahasa Persuasif dalam Model AIDA: Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Bahasa Jerman pada Mata Kuliah *Unternehmendeutsch*. *Phatic: Jurnal Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 1(1), 1-19.
- Kahle, L. R., Kulka, R. A., & Klingel, D. M. (1980). Low adolescent self-esteem leads to multiple interpersonal problems: A test of social-adaptation theory. *Journal of personality and social psychology*, 39(3), 496.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Keraf, Gorys. 2004. *Komposisi: Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*. Flores: Nusa Indah
- Keraf, Gorys. 2010. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana, H. (1992). *Pembentukan Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Kridalaksana, H. (1993). *Kamus Linguistik* (Edisi Ketiga). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Marshely, A., & Anjayani, D. F. (2022). Pengaruh Penggunaan Promosi Online dan Endorsement Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Kalianda halok gagas*, 4(2), 93-100.
- Nababan, P. W. J. (1984). *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia.
- Permatasari, D. I. I., Sugianti, S., & Wulandari, B. (2024). Analisis Gaya Bahasa Persuasif Dalam Konten Liburan Akun Youtube Rans Entertainment. *Argopuro: Jurnal Multidisiplin Ilmu Bahasa*, 4(2), 71-80.
- Ramadhan, A., Naswandi, C. N., & Herman, C. M. (2020). Fenomena endorsement di instagram story pada kalangan selebgram. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 316-329.
- Rizkyna, M. R. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kilogram Coffee Melalui Media Sosial Instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Sugiyono. (2014). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Suwito. (1996). *Pengantar Awal Sociolinguistik: Teori dan Problema*. Surakarta: Henary Offset.
- Wardiah, D., & Puspita, Y. (2024). Pengaruh Media Video Youtube Iklan Dalam Karangan Menulis Teks Persuasif Terhadap Siswa Kelas Viii Smp Negeri 7 Palembang. *Jurnal Bastra (Bahasa dan Sastra)*, 9(2), 423-435.
- Wati, R. I., Wardiani, R., & Astuti, C. W. (2023). Teknik Persuasif Pada Iklan Kartu Seluler. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 10(1).

