

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rani, B. Arifin, B., & Martutik. (2006). *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Bayumedia.
- Andika, F. (2018). Analisis Strategi Marketing Gumati Cafe dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Perspektif Islam. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 96-149.
- Angga, D., & Santoso, B. (2015). *Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Biro Perjalanan Wisata "Hobi Wisata Tour & Travel" Jember*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 1(1), 1–15.
- Anjani, Y., & Nasucha, H. Y. (2016). Tindak Tutur dalam Wacana Iklan Berbahasa Indonesia di Televisi: Sebuah Kajian Pragmatik (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Anselm, Strauss dan Juliet Corbin. (2003). *Dasar-dasar Penelitian. Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things With Words*. Oxford: Oxford University Press.
- Bala, A. (2022). Kajian Tentang Hakikat, Tindak Tutur, Konteks, dan Muka Dalam. Pragmatik. *Jurnal Retorika*, 3(1).
- Bayat, N. (2012). *A study on the use of speech acts*. Turkey: *Procedia -social and behavioral sciences*, 70, pp.213–221.
- Bogdan dan Taylor. (2012). *Prosedur Penelitian. Dalam Moleong, Pendekatan. Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahya, A. D., Kusuma, N. T., Ningrum, N. K., Hutami, L. T. H., & Cahyani, P. D. (2024). Penyuluhan Strategi Pemasaran Online bagi Para Pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Desa Gantiwarno Klaten. *Jurnal Literasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 29-36.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, 7th ed. London: Pearson.
- Cutting, J. (2003). *Pragmatics and discourse*. London: Routledge.
- Durianto, Darmadi. (2011). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

- Farida, Nugrahani. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta
- Hardilawati, W. L., Binangkit, I. D., & Perdana, R. (2019). *Endorsement: media pemasaran masa kini*. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 88-98.
- Hartati, A. (2020). *Endorsement Sebagai Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Hayu Olshop Metro)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Horn, L. R. & Ward, G. (2007). *The Handbook of Pragmatics*. Australia: Blackwell.
- Jiang, J., Huang, Y. H., Wu, F., Choy, H. Y., & Lin, D. (2015). *At the crossroads of inclusion and distance: Organizational crisis communication during celebrity-endorsement crises in China*. *Public Relations Review*, 41(1), 50-63.
- Kaharuddin, R., Mustari, M., Rahmatullah, R., Dinar, M., & Said, M. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 16(2), 207-219.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2021). Kamus besar bahasa Indonesia (edisi ke-5). Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (6th ed.). Andi Offset.
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Kriyantono, R. (2013). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media
- Kuspriyono, t. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala*, xviii(1), 59–66.
- Leech, Geoffrey. (1993). *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press)
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lubis, M. S. I. (2018). Dampak Komunikasi Dan Perubahan Sosial Bagi Pengguna Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif bagi pengguna Media Sosial Instagram di Instansi Dinas Pendidikan Sumatera Utara). *Warta*

Dharmawangsa, (55).

- M. Nisrina. (2015), *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta : Kobis.
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Parker, F. (1946). *Linguistics for non linguist*. London: Tylor and Francis, Ltd.
- Purwo, B.K. (1994). *Deiksis dalam bahasa indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rayhaniah, S. A., Amin, H., Boer, R. F., Krisnawati, A., Anggraini, R. I., Hamdani & Tahrim, T. (2021). *Etika dan Komunikasi Organisasi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- M., & Tahrim, T. (2021). *Etika dan Komunikasi Organisasi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Raza, A., Ilyas, M. I., Rauf, R., & Qamar, R. (2012). Relationship Between Corporate Social Responsibility (CSR) And Corporate Financial Performance (CFP) : Literature Review Approach. Finance Management.
- Rustono. (1999). *Pokok-Pokok Pragmatik*. Semarang: CV IKIP Semarang Press.
- Sadapotto, A., & Hanafi, M. (2016). Kesantunan berbahasa dalam perspektif pragmatik. *Jurnal UMSRappang*, 1(1), Mei.
- Sadock, B. J., & Sadock, V. A. (2008). *Kaplan & Sadock's concise textbook of clinical psychiatry*. Lippincott Williams & Wilkins.
- Searle, John R. (1974). *Speech Acts, an Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sylvia, S., & Hasan, G. (2023). Analisis Pengaruh (Media *Influencer*) Dan Promosi (Iklan) Terhadap (Daya Beli Konsumen) Pada Produk Fashion.

Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 4(1), 243-356.

The American Marketing Association (AMA). (2017). Iklan dan pemasaran dalam komunikasi massa. Diakses dari <https://www.ama.org>

Ulfa, M., & Musadad, M. (2018). Efektifitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru (Doctoral dissertation, Riau University).

We Are Social. (2024). Digital 2024: Global Overview Report. We Are Social & Hootsuite. <https://wearesocial.com/digital-2024>

Whorf, B. L. (2012). *Language, Thought, and Reality: Selected writings of Benjamin Lee Whorf*. MIT press.

Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital@ Right. Store melalui pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8(1), 73-83.

Wijana, I. D. P. (1996). *Dasar-Dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yule, G. (2006). *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Zaim. (2014). *Metode Penelitian Bahasa: Pendekatan Struktural*. Padang: FBS. UNP Press Padang.

Zamzani. (2007). *Kajian Sosiopragmatik*. Yogyakarta: Cipta Pustaka