

DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Abbott, W., Donaghey, J., Hare, J., & Hopkins, P. (2013). *An Instagram is Worth a Thousand Words: An Industry Panel and Audience Q&A*. Library Hi Tech News, 30(7), 1-6.
- Anggraini, Pinkan. (2022). *Alasan MS Glow Pilih Babe Cabita dan Marshel Widianto Jadi Brand Ambassador*. Diakses pada 21 September 2022. <https://hot.detik.com/celeb/d-6007845/alasan-ms-glow-pilih-babe-cabita-dan-marshel-widianto-jadi-brand-ambassador>.
- Ardiansyah et al. (2015) *Pengaruh Daya Tarik Terhadap Efektivitas Iklan*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 23, No. 2.
- Ardianto, E. L. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, Saifuddin. (2015). *Sikap Manusia: Teori & Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baran, Stanley J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, 10th Edition*. New York: Pearson Education.
- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Pertama*. Prenada Media.
- Cangara, Hafied (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Graffindo Persada.

- Chante, K., Jessica, C., Lindsay, B., Tyler, Q., Robert, P.D. (2014). *Dermatology on Instagram. Dermatology Online Journal*, 20(7), 1-6.
- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Eng, T. C., Ahmad, F. S., & Onn, C. Y. (2018). *Conceptual study on Malaysian male consumption behaviour towards skin care products*. In Postgraduate Colloquium 2015 (p. 182).
- Hochman, N., & Schwartz, R. (2012). *Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms. In the proceedings of the workshop on Social Media Visualization in Conjunction with the 6th International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*.
- Irawan, Prasetya, (1999). *Logika dan Prosedur Penelitian*, Jakarta: STIA-LAN
- Irfani, Alifya dan Berlian Primadani Satria Putri (2018). *Pengaruh Iklan TV Tokopedia Versi “Kejar Jodoh Dimulai dari Tokopedia” Terhadap Respon Khalayak*. Jurnal Komunikasi dan Bisnis. Vol 12, No 1.
- Jefkins, Frank. (1996). *Periklanan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kuswandi, W. (2008). *Komunikasi Massa: Analisis Interaktif Budaya Massa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Liliweri, Alo. (1992), *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*, Citra Aditya Bakti, Bandung,
- Ludwianto, B. (2021). *Berapa Lama Orang Indonesia Main Facebook, WhatsApp, Instagram, Tiktok ?* Diakses pada 25 September 2022. <https://kumparan.com/kumparantech/berapa-lama-orang-indonesia-main-facebook-whatsapp-instagram-tiktok-1vC4Vi7VJMx/full>.
- Mahdi. M. Ivan. (2022). *Pendapatan Produk Kecantikan di Indonesia Diproyeksi Terus Naik*. Diakses pada 21 September 2022. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/pendapatan-produk-kecantikan-di-indonesia-diproyeksi-terus-naik>.

- Mulyana, Deddy. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.
- Munirah. (2015). *Pengembangan Keterampilan Menulis Paragraf*. Yogyakarta: Deepublish.
- Noeng Muhajir. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi IV*. Rake Sarasin.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer*. Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Puntoadi, Danis. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rahardi, Kunjana. (2005). *Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta : Erlangga.
- Rizaty. Monavia Ayu (2022). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?* Diakses pada 25 September 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>.
- Rohim, Syaiful. (2009). *Teori Komunikasi (Perspektif, Ragam dan Aplikasi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Romli, Asep Syamsul M. (2012). *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sarwono. (2000). *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sasetyo, Septa Adi., Husein Nawawi & Roy Rondonuwu. (2012). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent*. Jurnal Ilmu Manajemen Komunikasi. Vol.1, No.1.
- Sidharta, (2009), *Iklan Politik dan Perlindungan Bagi Konsumen Siaran Televisi*, Jurnal Komunikasi, Vol.1, No.1, Universitas Tarumanegara, Jakarta.

Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Sugiyono, (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Suyanto M. (2005). *Strategi Perencanaan Iklan Televisi*. Yogyakarta: Liberty.

Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi* Bandung: CV Pustaka Setia.

Syafitri, Indah dan Kresno Yulianto. (2020). *Pengaruh Iklan Instagram Terhadap Respons Konsumen*. Jurnal Komunikasi. Vol. 2, No. 1.

