DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama

Hariyanto, D. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Pemasaran*. Sidoarjo: Umsida Press.

Azis, H. (2019). *Komunikasi Persuasif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.

Mulyana. (2023). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Baudrillard, J. (2023). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.

Suryani, T. (2017). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal:

Arisetiana, E., T Simamora, P. R., & Perwirawati, E. (2023). Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Strategi Marketing Perumahan Harmoni Asri. *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *8*(1), 1.

Astuti, R., & Kiki, K. A. (2024). Pengaruh Komunikasi Persuasif Akun TikTok @tasyafarasya Terhadap Minat Beli Produk Somethinc di Kalangan

Choirina, N. (2021). Pengaruh komunikasi persuasif beauty advisor kosmetik wardah terhadap minat beli konsumen di laris swalayan kartasura. *S1 Thesis.*

Fadillah, M. R., Cindrakasih, R. R. R., Fitri, S., Program, M., Ilmu, S., & Komunikasi, F. (2024). *Strategi Komunikasi Persuasif Di Akun Instagram @ sanaturelofficial Dalam Meningkatkan Minat Beli*. *6723*(April), 266–274.

Lestari, W., & Farid, F. (2023). Analisis Komunikasi Pemasaran Beauty Advisor Wardah Kosmetik dengan Model Attention, Interest, Search, Action, Share. *Kiwari*, *2*(2), 310–316.

Mahasiswa. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *4*(3), 9499–9510.

Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian ECommerce Di Era Digital. *Medium*, *9*(1), 58–80.

Muhrim, N. S. (2022). *Pengaruh Minat Beli Produk Kosmetik Pond'S Terhadap Daya Beli Masyarakat*. *2*, 50–65.

Nugratama, D., Yuni Dharta, F., & Rifai, M. (2022). Komunikasi Persuasif Dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Untuk Menunaikan Zakat (Studi Deskriptif pada BAZNAS (BAZIS) DKI Jakarta). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember*, *2022*(23), 184–193.

Reaumaudy, A., & Kurnia Fadhillah, S. (2023). Strategi komunikasi pemasaran beauty advisor (ba) make over dalam mempromosikan produk di matahari bencoolen mall.

Ristanto, B., Nurhayati, E. C., & Efendi, B. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Service, Lifestyle Dan Beauty Advisor Terhadap Keputusan Pembelian Produk Personal Care Unilever (Study pada toko Qween Cosmetics Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, *6*, 44–56.

Ristanto, B., Nurhayati, E. C., & Efendi, B. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Service, Lifestyle Dan Beauty Advisor Terhadap Keputusan Pembelian Produk Personal Care Unilever (Study pada toko Qween Cosmetics Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, *6*, 44–56.

Sa'adah, S. N., Alfiyah, R., Hidayah, N., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2024). Pengaruh Komunikasi Persuasif Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop. *Investama : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *9*(2), 209–220. https://doi.org/10.56997/investamajurnalekonomidanbisnis.v9i2.919

Safitri, B. I. (2021). Peranan Beauty Advisor sebagai Daya Tarik Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik. *E-Journal*, *10*(3), 154–159.

Sahariyah, N., & Shoimah, S. (2020). Pengaruh Keramahan Dan Pengetahuan Produk Beauty Advisor Terhadap Peningkatan Penjualan Pond's Di Cv. Bin Wahab Group Sugio Lamongan. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora, 12(2), 195–208.*

Sahariyah, N., & Shoimah, S. (2020). Pengaruh Keramahan Dan Pengetahuan Produk Beauty Advisor Terhadap Peningkatan Penjualan Pond's Di Cv. Bin Wahab Group Sugio Lamongan. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *12*(2), 195–208.

Sahariyah, N., & Shoimah, S. (2020). Pengaruh Keramahan Dan Pengetahuan Produk Beauty Advisor Terhadap Peningkatan Penjualan Pond's Di Cv. Bin Wahab Group Sugio Lamongan. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *12*(2), 195–208. https://doi.org/10.52166/humanis.v12i2.1986

Salah, S., Syarat, S. (2022). Skripsi penerapan komunikasi persuasif beauty advisor kosmetik wardah dalam menarik minat beli konsumen di toko kamariati kosmetik enrekang.

Shefira, A. *et al.* (2024) 'Komunikasi Persuasif Dalam Peningkatkan Partisipasi Warga RT.10 Kaliabang Tengah Untuk Mendukung Program Bank Sampah', *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), p. 503. Available at: https://doi.org/10.62411/ja.v7i2.1695.

Simon, M. K., & Alouini, M. (2004). Types of Communication. *Digital Communication over Fading Channels*, *2*, 45–79.

Thursina, S., Anismar, A., & Candrasari, R. (2021). Gaya Komunikasi Sales Promotion Girl Suzuya Mall Bireuen. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, *15*(1), 42–62.

Widyastuti, A. (2012). *Servqual Method: Analisis Kualitas Pelayanan Beauty Advisor Sari Ayu Martha Tilaar*. Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, **8**(Desember), 72–79