

DAFTAR PUSTAKA

- (Hardana Ali dkk., 2024), I. M. (2024). Jurnal Informatika Terpadu PENGARUH IKLAN SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO OBAYITO GROUP. *Jurnal Informatika Terpadu*, 10(2), 139–145. <https://journal.nurulfikri.ac.id/index.php/JIT>
- Anisa Anisa, & Najiyyatul Murtadlo. (2022). Pengaruh Gaya Bahasa Pada Iklan Promosi “Shopee Cod.” *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 1(3), 12–20. <https://doi.org/10.58192/sidu.v1i3.127>
- Az-Zahra, P. J, Susanti, H, Az-Zuhra, A. M, Samudra, Y. F, Utomo, S. S, & Sholihatin, E. (2023). Pengaruh Penggunaan Ragam Bahasa Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(14), 604–617.
- Fathul, Q., & Bhara, A. M. (2019). Pengaruh Iklan “Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador” Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(4), 288–296. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1962>
- Hardana Ali, Lubis Aswadi, & Isa Muhammad. (2024). 47_Ali. 9(204), 3006–3020.
- Khaeriyah, H. N., Haliq, A., & Salam, S. (2024). Penggunaan Bahasa Persuasif Dalam Pemasaran Di Shopee Live. *Wahana Literasi: Journal of Language, Literature, and Linguistics*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.59562/wl.v4i1.63837>
- Pradjumena, A. A. G. D., Suryawati, I. G. A. A., & Purnawan, N. L. R. (2025). Pengaruh Iklan Shopee Cod Di Televisi Terhadap Minat Belanja Online Masyarakat Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Medium*, VI(2), 44–52.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Wibi Anindra Lukito, Aswin Fahmi D*. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25.

- Ulfah, H., & Baiti, N. (2021). Relevansi dalam Iklan Shopee COD : Sebuah Kajian Pragmatik. *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya*, 2(1), 49–72. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/tabasa/article/view/3493>
- (Pradjumena et al., 2025)(Fathul & Bhara, 2019) Amalia, D., & Dherem, I. M. (2024). Jurnal Informatika Terpadu PENGARUH IKLAN SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO OBAYITO GROUP. *Jurnal Informatika Terpadu*, 10(2), 139–145. <https://journal.nurulfikri.ac.id/index.php/JIT>
- Anisa, & Najiyatul Murtadlo. (2022). Pengaruh Gaya Bahasa Pada Iklan Promosi “Shopee Cod.” *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 1(3), 12–20. <https://doi.org/10.58192/sidu.v1i3.127>
- Az-Zahra, P. J, Susanti, H, Az-Zuhra, A. M, Samudra, Y. F, Utomo, S. S, & Sholihatin, E. (2023). Pengaruh Penggunaan Ragam Bahasa Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(14), 604–617.
- Fathul, Q., & Bhara, A. M. (2019). Pengaruh Iklan “Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador” Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(4), 288–296. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1962>
- Khaeriyah, H. N., Haliq, A., & Salam, S. (2024). Penggunaan Bahasa Persuasif Dalam Pemasaran Di Shopee Live. *Wahana Literasi: Journal of Language, Literature, and Linguistics*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.59562/wl.v4i1.63837>
- Masyarakat Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Medium*, VI(2), 44–52.
- (Amalia & Dherem, 2024; Anisa Anisa & Najiyatul Murtadlo, 2022; Ulfah & Baiti, 2021) (Az-Zahra, P. J, Susanti, H, Az-Zuhra, A. M,

Samudra, Y. F, Utomo, S. S, & Sholihatin, 2023; Khaeriyah et al., 2024; Saputra et al., 2023)