

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ibrahim, D . 2004, Pendekatan Baru untuk. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

JURNAL

Ahsan, B. (2014). *Peranan Komunikasi Efektif di Dunia Bisnis*. 1.

Aisi, O. K. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sektor Promosi Usaha Kecil di Era Pandemi. *At-Tasyri': Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 70–84. <https://doi.org/10.55380/tasyri.v3i1.225>

Anggraini, R., Rahmadhani, P., Irsyadilla, A., & Sari, R. (2024). *Efektivitas Promosi melalui Instagram pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Pekanbaru*. 8.

Biantoro, K. A., Sinatra, L., & Nicholas Huwae, G. (2023). Strategi Komunikasi Marketing Public Relations OHS (OH SEMMY) MAKE-UP Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Social Media. *PRecious: Public Relations Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.24246/precious.v2i2.7606>

Candra, vivi, Silalahi, M., Simatupung, S., Mulyana, F. I. K. E., & Noviany, H. (2022). *Komunikasi Bisnis* (1st ed.). Euseka Media Aksara.

Chandra, W., & Aigan, W. (2019). *Analisis Penerapan Promosi Pada PT. Adam Dani Lestari Medan*.

Dini, R., & Hendra, T. (n.d.). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Jasa Tata Rias Pada Risa Vonda Make Up & Henna di Bukittinggi*.

Elmertian, D., & Sari, D. A. P. (2024). *Efektivitas iklan melalui media sosial instagram dengan pendekatan AIDA model (Studi Kasus Instagram @Kopikenangan.id)*.

Ervandi, M. Z. (2021). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA

KONSUMEN THAI TEA DI SURABAYA. *PERFORMA*, 6(2), 152–161.
<https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2075>

Ginting, D. (2015). *Komunikasi Cerdas* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). *Jenis Jenis Komunikasi*. 2.

Praditya, A. (2019). Pengaruh Media Sosial dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop. *Jurnal Semarak*, 2(1), 32.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

Safira, A. N., Dwiyaniti, S., Megasari, D. S., & Puspitorini, A. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESUKSESAN MAKEUP ARTIST (MUA) HITS DI INDONESIA DALAM MENJALANKAN USAHA DI BIDANG JASA MAKEUP*. 10.