

BIBLIOGRAPHIE

- Agus, A. (2009). Analisis Kohesi Leksikal Pada Iklan Komersial Bahasa Jepang. *Universitas Negeri Semarang*, 2.
- Baylon, C., & Mignot, X. (2005). *Initiation à la Sémantique du Langage*. Paris: Armand Colin.
- Djajasudarma T, F. (2010). *Wacana: Pemahaman dan Hubungan Antarunsur*. Bandung: Refika Aditama.
- Ernawati, N. (2015). Analisis Kohesi Leksikal Pada Iklan Komersial Bahasa Jepang. *Universitas Negeri Semarang*, 7.
- Gerot, L., & Peter Wignell. (1994). *Making Sense Of Functional Grammar*. Sidney: Gerd Stabler.
- Halliday, M., & Hasan, R. (1994). *Cohesion in English*. London: Longman Group Limited.
- Masrukhi, M. (2016). Iklan Komersial Media Cetak: Tinjauan Teks Dan Konteks. *CMES*, 126.
- Rani, A., Arifin, B., & Martutik. (2006). *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Bayumedia.
- Riegel, M., Pellat, J. C., & Rioul, R. (2004). *Grammaire Méthodique du Français*. Paris: Quadrigé/ PUF.
- Setiawati, E., & Rusmawati, R. (2019). *Analisis Wacana : (Konsep, Teori, dan Aplikasi)*. Malang: UB Press.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

SITOGRAFIE

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Maxi_\(magazine\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Maxi_(magazine))

www.linternaute.com

