

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- A. Devito, Joseph. 2010. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Anderson, R. C. (1972). *Language Skills in Elementary Education*. New York: Macmillan Publishing Co, Inc
- Bettinghaus, Erwin P. 1973. *Persuasive Communication*. Holt, Rinehart, and Winston. New York
- Bell and Luddington, 2016, *Customer Complaints*, Journal of service research
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Djoenaesih, Sunarjo S. dan Sunarjo. *Istilah Komunikasi*. Edisi 2, Liberty, Yogyakarta, 1983.
- Djaslim, Saladin. 2001. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Lindakarya
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010.
- Smith, T. M. (1998). *The my thof green marketing: Tending our goats at the edge of apocalypse*. Toronto: University of Toronto Press
- Sunarjo S. Djoenaesih dan Sunarjo, *Istilah Komunikasi*, Edisi 2, Liberty, Yogyakarta, 1983.

Sumber Journal :

- Anas, A. T. (2017). Pengaruh Hubungan Berkelanjutan terhadap Kesetiaan Nasabah di BMT NU Cabang Pragaan Kabupaten Sumenep. *Ekonomi, Jurnal*, 4(1).
- Aulia, A. R. (2019). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 1,2, 3(3), 70.
<https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Delfiyanti, Y. (2021). *KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM REKRUTMEN CALON SANTRI DI PONDOK PESANTREN DAARUL IKROM KEDONDONG PESAWARAN.*
- Farina, S., & Wardhana, A. (2022). Komunikasi Persuasif dalam Upaya Menanggulangi Kekerasan Terhadap Perempuan dan Anak di Instansi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 05(01), 46–60.
- Fikruzzaman, D. (2022). strategi Komunikasi Aparat Desa Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *ORATIO DIRECTA*, 4(1), 708–719.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.
<https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Kurniati, Y. (2017). Komunikasi Persuasif Pengurus Himpunan Bina Muallaf Indonesia dalam Meneguhkan Keyakinan Muallaf Wilayah Jakarta Barat. *Repository.Uinjkt.Ac.Id.*
- Magfiroh, T. L. (2019). OPINI PUBLIK DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS (Studi Deskriptif Pemberitaan Larangan Bercadar di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta). *UIN Sunan Kalijaga*, 195. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/40474/>
- Putri, F. T., & Agustrijanto. (2022). Strategi Komunikasi Medical Representative Pt. Sanbe Farma Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Klien. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(2), 1614–1620.

- Rusmasari, Y. R., Adam, M., & Widiyanti, M. (2018). Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep Aida Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Tiket Asian Games Tahun 2018 Di Kota Palembang. *Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sriwijaya*, 1–8.
- Setiawan, R. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif admin Facebook PJBO (Pekanbaru Jual Beli Online) Dalam Menarik Minat Member resurvey Di Pekanbaru. *JOM FISIP*, 4(1), 1–15.
- Solihat, I. (2017). *Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Gerakan Pemuda Hijrah Dalam berdakwah*.
- Tambunan, A. B., & Anshori, M. (2020). Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap Kedisiplinan Anggota Resimen Mahasiswa Batalyon 922 “Macan Tidar” Universitas Tidar. *Mozaik Komunikasi*, 2(2), 46–53.
- Tinangon, S. G. (2019). STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DANAR HADI DALAM MENCIPTAKAN BRAND IMAGE SEBAGAI BATIK SOLO TERBAIK SENDY GLODYA TINANGON , DR . MUSTA ’ AN ., M . AG Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial , Humaniora Dan Seni Universitas Sahid Surakarta. *KOMUNIKA*, 6(2).
- Wahyuningsih, D. W. (2019). the Influence of Sales Force Automation and Sales Training on Medical Representative Performance To Improve Sales Effectiveness. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2(04), 61–66. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v2i04.617>
- Yuliah, D. (2019). Komunikasi Persuasif Remaja pada Orang Tua dalam Meningkatkan Kesadaran Pentingnya Pendidikan Tinggi (Studi pada Madrasah Aliyah Nurul Falah Tanjung Baru, Lampung Selatan)”. *Radenintan.Ac.Id*.
- Yuliani, W. (2020). METODE PENELITIAN DESKRIPTIF KUALITATIF DALAM PERSPEKTIF BIMBINGAN DAN KONSELING. *Quanta*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>