

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. The McGraw– Hill. Tanggal Akses 19 Juli 2020 dari <https://www.mheducation.com/highered/product/advertising-promotion-integrated-marketing-communications-perspective-belch-belch/M9781259548147.html>
- Foss, S.K. (2005). *Theory of Visual Rhetoric*. Dalam Smith, K., Moriarty, S., Smith, K. L., Moriarty, S., Kenney, K., & Barbatsis, G. (Eds.). (2004). *Handbook of visual communication: Theory, methods, and media*. Routledge.
- Hendrikus, P. D. W. (1991). *Retorika, Terampil berpidato, berdiskusi, berargumentasi, bernegosiasi*. Kanisius.
- Hendy, Y. (2009). *Belajar Membuat Iklan Sukses: dengan Contoh Sketsa Ide dan Iklan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Heryanto, A. (2015). *Identitas dan kenikmatan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hesford, W. S., & Brueggemann, B. J. (2007). *Rhetorical visions: Reading and writing in a visual culture*. Pearson/Prentice Hall.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kamarulzaman, A., Al Barry, M. D. Y., & Dahlan, M. (2005). *Kamus Ilmiah Serapan*. Yogyakarta: Absolut.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen periklanan konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Keraf, G. (2004). *Diksi dan Gaya Bahasa (Diction and Language Style)*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B brand management*. Springer Science & Business Media. Tanggal akses 19 Juli 2020 dari <https://doi.org/10.1007/978-3-540-44729-0>
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*.

- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna, edisi pertama cetakan ke-1*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Tanggal akses 19 Juli 2020 dari <https://ebooks.gramedia.com/books/komunikasi-serba-ada-serba-makna?buffet=1>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Yogyakarta: Kencana.
- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2009). *Foundations of marketing/William Pride, OC Ferrell*. Tanggal Akses 20 Juli 2020 dari <https://books.google.bf/books?id=kuLNAgAAQBAJ>
- Roman, K., Maas, J., & Nisenholtz, M. (2005). *How to advertise, membangun merek dan bisnis dalam dunia pemasaran baru*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Rumanti, M. A. (2002). *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer behaviour 7th edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Shimp, T. A., Western, S., Learning, C., Mittal, M. A., & Reader, D. I. A. S. (2008). *Advertising and Promotion: An IMC Approach*. Cengage Learning 2007.
- Shimp, T. A. (2000). *Periklanan Promosi Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Stanton, W. J. (1993). *Prinsip-prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Suhandang, K., Jurnalistik, P., & Organisasi, S. (2010). *Produk & Kode Etik*. Bandung: Nuansa.
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suyanto, M. (2009). *Strategi Periklanan. Iklan Manajemen*. Hal, 67-69.
- Tjiptono, F., & Pemasaran, M. (2002). Yogyakarta: Penerbit Andi. *Strategi Pemasaran Checked*, 4(05), 2018.

Sumber Thesis/Disertasi

- Handoko, R. S. (2006). Analisis Pengaruh Kredibilitas Endorser dan Kreatifitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan yang Mempengaruhi Sikap Terhadap

Merek (Studi Kasus Iklan Televisi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Di Kota Semarang) (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro).

Lazfihma, Prihadi, & Listiyorini, A. (2014, Februari 7). *Analisis Gata Bahasa dalam Slogan Iklan Minuman di Televisi (essay)*. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.

Sumber Skripsi

Wijaya, Bergas Adhi. (2016). *Analisis Retorika Visual Pada Iklan A Mild Versi Manimal*. Universitas Brawijaya Malang.