

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

- A. Shimp, T. (2000). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Aminudin. (2003). *Semantik Pengantar Studi Tentang Makna*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Bovee, C. (1995). *Advertising Excellent, Internasional Edition*. United States of America: Mc Grow Hiel. Inc.
- Burhan, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma dan Disukus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Chase, S. (1938). *The Tyranny of Words was an Early (Perhaps the Earliest, Predating, S.I Hayakawa)*. English: Mariner Books.
- Creswell W, J. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dharmasita, & Basuswastha. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke dua*. Yogyakarta: Liberty.
- Djadjasudarma, T. (1999). *Semantik I (Pengantar ke Arah Ilmu Makna)*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hikmat, M. (2011). *Metode Penelitian: Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. (B. Molan, Trans.) Jakarta: Indeks.

- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Pajajaran.
- Lee, M., & Carla, J. (2007). *Prinsip-prinsip Periklanan dalam Perspektif Global*. (H. Munandar, & D. Priatna, Trans.) Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Moleong, L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pateda, M. (1990). *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- Pateda, M. (2001). *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Rakhmat, J. (1996). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rhenald, K. (2007). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Santoso, T. (2000). *Menulis Ilmiah Metodologi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Saussure, F. (1959). *Course in General Linguistic*. New York City: The Philosophical Library.
- Sobur, A. (2015). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudaryat, Y. (2009). *Makna dalam Wacana (Prinsip-prinsip Semantik dan Pragmatik)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- swastha, b. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi ke delapan*. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran Edisi ke dua*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran Edisi ke dua*. Yogyakarta: Andi.

Ullman, S. (1962). *An Introduction to The Science of Meaning*. Oxford: Basil Blackwell.

B. Sumber Lain

<https://media.neliti.com/media/publications/99600-ID-makna-iklan-minuman-di-televisi.pdf> Di

akses pada 4 Januari 2021

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/download/219/186> Di akses pada 4 Maret

2021

<http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/6508> Di akses pada 10 Desember

2020

<http://repository.unpas.ac.id/44580/1/cover.pdf> Di akses pada 6 Maret 2021