

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media, Bandung, 2015
- Danandjaja, *Peranan Humas Dalam Perusahaan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu, *Teori dan Filisafat Komunikasi. Cet. Ke-3*. Citra Aditya Bakti: Bandung. 2003
- Effendy, Onong Uchjana, *Human Relation & Public Relations*, MANDAR Maju, Bandung, 2009
- Griffin, Emory A, *A First Look at Communication Theory*, Mc Graw-Hills Company, _____, 2014
- Framanik, Naniek Aprilla. *Komunikasi Persuasi. Kocipta Publishing*. Serang. 2012
- Jefkins, Frank, *Public Relations (Edisi Kelima)*, Jakarta, Erlangga. 2004
- Jefkins, Frank, *Public Relations*, Jakarta, Erlangga. 2005
- Kountur, R, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, PPM, Jakarta, 2003
- Kotler, Philip. And Armstrong, Garry. *Prinsip-Prinsip Pemasaran ahli Bahasa Imam Nurmawan*, Jakarta .2001
- Kotler, Philip. And Armstrong, Garry. *Dasar-dasar Pemasaran (edisi kesembilan)*. PT. Indeks, Jakarta.2004
- M, Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta, Bumi Aksara, 2002

- McGuire, “Cognitive consistency and attitude change”, dalam *Journal of Abnormal and Sosial Psychology*, no. 60, 345-353, 1960
- Mulyana, Deddy. *Ilmu komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.2005
- Mar’at. *Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya*, Jakarta, Ghalia Indonesia.1984
- Moekijat, M, *Kamus Manajemen Edisi 1*, Mandar Maju, Bandung, 1990
- Notoatmodjo, Soekidjo *Prinsip-Prinsip Dasar Ilmu Kesehatan Masyarakat. Cet. ke-2, Mei*. Rineka Cipta: Jakarta. 2003
- Purnawan. *Dynamic Persuasion – Persuasi Efektif dengan Bahasa Hipnosis..* Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002
- Ruslan, Rosadi, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi, Edisi Revisi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000
- Ruslan, Rosadi, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi-Konsepsi dan Aplikasi*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011
- Ruslan, Rosadi, *Public Relations edisi rev. 2*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004
- Rachmadi, *Public Relation Dalam Teori dan Praktek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1994
- Rewaldt, dkk. *Statagi Promosi Pemasaran*. Rineka Cipta. Jakarta. 1991
- Rakhmat Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya. 1997
- Rhenald, Kasali, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik) Edisi Revisi VI*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2006
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik) Edisi Revisi VI*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2006.
- Soekanto Soerjono, “ *Sosiologi Suatu Pengantar* “, Rajawali Pers, Jakarta, 2012

- Stanton, William, J, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2001
- Silih Agung Wasesa, *Strategi Public Relation*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta, 2006
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung, 2011.
- Suwarman, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2002
- Thomas L. Harris, *Value Added PR – The secret Weapon of integrated Marketing*, (Library of Congress Cataloging – in Publicating Data) 1998
- Winardi, S.E, *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*, Cv. Mandar Maju, Bandung 1989.
- West, Richard & Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi Edisi Ketiga*, Salemba Humanika, Jakarta, 2009.
- W. Lawrence Neuman, *Social Research Methods*, Allyn And Bacon, Boston, London, Toronto, Sydney, Tokyo, Singapore, 2000

Jurnal :

- Benner, Pablo Ferreiros, 2012 “ How Social Network, Digital Media, and Digital Marketing can be Applied To Promotion of Goods and services in Business Companies in order To Increase Sales” *Journal of Us-China Public Administration, Volume 9, No.7 hal. 28-29.*
- Campbell, M. C, dan Kirmani, 2000 “ Counsumer Use of Persuasion Knowledge: The Effect of Accessibility and Cognitive Capacity on Perfections of an Influence Agent” *Journal of Consumer Research, Volume 15, No.3, hal.111-116*

Bian Dan Moutinho. 2011. The Role Of Brand Image, Product Involvement, And Knowledge In Explaining Consumer Purchase Behaviour Of Counterfeits:Direct And Indirect Effects, *Journal Of Marketing, Vol 45, No. 2, pp: 191-216*

Skripsi :

Andreani, Grace, 2013. Pengaruh Promosi melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli Samsung Berbasis Android Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara

Ronomenggola, Sigit, 2013. Analisis Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Produk ROVCA)

Sumber lain :

<http://www.coolpadindonesia.co.id/> diakses tgl 4 maret 2016

<http://david-pranata.com/likeability-cara-mudah-membujuk-orang/> diakses tgl 4 maret 2016

<http://misterbisonbali.com/6-kunci-persuasi-dalam-promosi/> diakses tgl 4 maret 2016