

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, H. (2003). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Ducrot, O. & Todorov, T. (1981). *Science of Language*. Oxford: Basil Blackwell.
Diambil dari: <https://rowlandpasaribu.wordpress.com/ebook-gue/>. [Accessed 2 Desember 2019].
- Dale, Edgar [et al]. 1971. *Techiques of Theacing Vocabulary*. Palo Alto,California: Field Education Publication, Inc. Diambil dari: <http://library.um.ac.id/free-contents/index.php/buku/>. [Accessed 2 Desember 2019].
- Fajriana, U. (2017). *Implikatur Konvensional Pada Slogan Iklan Produk Makanan Ringan di Televisi Periode Maret-April 2017*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah: Purwokerto.
- Depdikbud. 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta: Gramedia.
- Keraf, G. 2010. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Lazfihma. 2014. “Analisis Gaya Bahasa Dalam Slogan Iklan Minuman di Televisi”. Diambil dari: <http://eprints.uny.ac.id/17939/1/Lazfihma%2009210144003.pdf> [Accessed 10 November 2019).
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.Persada.
- Pradopo, R.D. 2012. *Pengkajian Puisi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Pranata, R.B. (2016). “Efektifitas Iklan Televisi PT Telkomsel Versi Slogan “Paling Indonesia” dalam Upaya Peningkatan Minat Beli Masyarakat (Studi Kasus di Kelurahan Selili, Samarinda)”. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 4(4). Diambil dari:[https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/11/JURNAL%20ONLINE%20BAYU%20\(1\)%20\(11-21-16-06-47-52\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/11/JURNAL%20ONLINE%20BAYU%20(1)%20(11-21-16-06-47-52).pdf) [Accessed 2 Desember 2019]
- Pratiwi, E. 2016. “Gaya Bahasa Retoris dan Kiasan dalam Berita Redaksiana di Trans7 dan Rancangannya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Atas (SMA)”. Diambil dari: <http://digilib.unila.ac.id/22486/2/SKRIPSI%20TANPA%20PEMBAHASAN.pdf> [Accessed 21 November 2019].

- Rois, E.L. (2016). "Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, Dan Perceived Behavioural Control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal". *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 4(11). Diambil dari: <https://core.ac.uk/download/pdf/33539001.pdf>. [Accessed 5 Maret 2020]
- Siswoko, A. (2015). *Analisis Makna Pada Slogan Stasiun Televisi Nasional di Indonesia*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah: Purwokerto.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa : Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sumadiria, AS.H. 2010. *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Tarigan, H.G. (2013). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Zulkarnaen, H. O., & Sutopo, S. (2013). "Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo)" (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis). Diambil dari: <http://eprints.undip.ac.id/40138/>. [Accessed 5 Maret 2020].