

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Penelitian Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: Rajawali Pers.
- Bandur, A. (2019). *Penelitian Kualitatif: Studi Multi Disiplin Keilmuan Dengan NVivo 12 Plus*. Bogor : Penerbit Mitra Wacana Media.
- Budi, R. (2010). *Pengantar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makassar : KRETAKUPA Print.
- Cialdini, R. (2009). *Influence : The Psychology Of Persuasion*. New York : Harper Collins Publisher Inc.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi : Edisi Kedua*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (Second, Vol. 16, Issue 4). California : Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.1177/1524839915580941>
- Creswell, J. (2014). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Research Design* (Fourth Edi). California : Sage Publications, Inc.
- Devito, J. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta : Karisma Publishing Group.
- Devito, J. (2013). *The Interpersonal Communication* (13th ed.). New York : Pearson Education, Inc.
- Hariwijaya, M. (2015). *Metodologi dan Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Untuk Ilmu Sosial dan Humaniora*. Yogyakarta : Penerbit Parama Ilmu.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Herdian, M., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta : Akademia Permata.
- Hogan, K. (2004). *The Psychology Of Persuasion : How To Persuade Others To Your Way Of Thinking*. Louisiana : Pelican Publishing Company, Inc.
- Hogan, K., & Speakman, J. (2006). *Convert Persuasion : Psychological Tactics and Tricks To Win The Game*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Kolenda, N. (2013). *Methods Of Persuasion : How To Use Psychology To Influence Human Behavior*. Kolenda Entertainment, LLC.

- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London : Pearson Education Limited.
- Levine, R. (2006). *The Power Of Persuasion : How We're Bought And Sold*. Oxford : Oneworld Publications.
- Malano, H. (2013). *Selamatkan pasar tradisional*. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta : CV. Djiwa Amarta Press.
- Perloff, Ri. M. (2017). *The Dynamics of Grace The Dynamics of Grace* (Sixth). New York : Routledge.
- Subadi, T. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta : Muhammadiyah University Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Introducing Communication Theory : Analysis And Application* (Sixth Edit). New York : McGraw-Hill Education.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : PT FajarInterpratama Mandiri.

JURNAL

- Agustina, R. I. A. (2018). *Analisis Penyebab Konsumen Lebih Memilih Berbelanja Di Pasar Tradisional Di Bandingkan Pasar Modern*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Amin, S. D. D. Al. (2019). *KOMUNIKASI PERSUASIF ORANG TUA DENGAN ANAK PENYANDANG KANKER DALAM UPAYA PENGOBATAN (Studi Fenomenologi Orang Tua dengan Anak Penyandang Kanker di Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia Kota Bandung)* [Universitas Padjajaran]. <http://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/index/docId/33838>
- Arianty, N. (2013). Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13(01), 12.
- Atkinson, P. (2012). Selling Yourself Magically : Persuasion Strategies For Personal And Organisational Change. *Management Service*, 29–33.

- Dion, C., & Oktavianti, R. (2019). Komunikasi Persuasif Public Speaker Pada Audiens Berbeda Negara (Studi Fenomenologi Master Of Ceremony Pada Audiens China dan Amerika). *Koneksi*, 2(2), 246–251. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3892>
- Falucky, Y. I. (2017). *Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Tradisional Ngentrong Campurdarat Tulungagung)*. IAIN Tulungagung.
- Firdaus, Y. P. (2016). Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling Dalam Meningkatkan NaSabah Pada Produk Asuransi Umum di PT. Jasarharja PPutera Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*, 9(2), 10.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180. <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i1.1146>
- Huang, D. (2019). A Study on Persuasive Language in Personal Selling. *International Journal of English Linguistics*, 9(2), 353–362. <https://doi.org/10.5539/ijel.v9n2p353>
- Iskandar, D. (2015). Studi fenomenologi motif anggota Satuan Resimen Mahasiswa 804 Universitas Negeri Surabaya. *Paradigma*, 3(1).
- Jamiluddin, J., Yodo, S., Ali, M. N., Badji, H., & Yani, A. (2019). Communication Behavior of Seller Community: An ethnographic study of communication of sellers to prospective buyers in the Manonda market, Palu. *International Journal of English Literature and Social Sciences (IJELS)*, 4(3).
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>
- Kusnia, S. M. (2015). *Perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang dalam perspektif Dalam Etika Bisnis Islam* [Universitas Islam Negeri Walisongo]. <http://eprints.walisongo.ac.id/5452/>
- Pramudyo, A. (2014). Menjaga eksistensi pasar tradisional di yogyakarta. *Jbma*, 2(1), 78–93.
- Prawitasari, J. E. (1998). Apakah Gerak Tangan Dan Tubuh Selaras Dengan Ungkapkan Emosi Yang Terlihat Di Wajah? *Jurnal Psikologi*, 1(1), 10–21.
- Rakhmatin, T. (2017). Pengaruh Komunikasi Persuasif Personal Sales Terhadap Keputusan Pembelian Produk Al-Quran Miracle The Reference E-PEN. *Jurnal Common*, 1(1). <https://doi.org/10.34010/common.v1i1.248>
- Riyadi, M. A. (2016). *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Motivasi*

Belajar Anak (Vol. 9, Issue 2). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Savitri, N. N. (2018). *Pengalaman Komunikasi Persuasif Salesman di Pusat Perbelanjaan Modern (Studi Feomenologi Terhadap Salesman Produk High-End di Pusat Perbelanjaan Modern di Jakarta)* [Universitas Padjajaran]. <http://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/index/docId/33621>

Septiana, N. (2018). Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling Anggota Paytren Dalam Melakukan Network Marketing Di Pekanbaru. *JOM FISIP*, 5(1), 1–14.

Syarifuddin, D. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 15(1), 19–32. <https://doi.org/10.17509/jurel.v15i1.11266>

Utomo, T. J. (2011). Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional VS Modern (The Competition of Retail Business: Traditional vs Modern). *Fokus Ekonomi*, 6(1), 122–133.

Venus, A. (2013). Fenomenologi Komunikasi Perkawinan Antarbudaya. *Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1–14.

Zaenuri, A. (2017). Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Pengajaran. *JALIE: Journal Of Applied Linguistics and Islamics Education*, 01(01), 41–67.

INTERNET

Badan Pusat Statistik. (2019). *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern 2019*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication/2019/12/20/009a7d2cfa9efb6fff751e8a/pr ofil-pasar-tradisional--pusat-perbelanjaan--dan-toko-modern-2019.html>

Menteri Perdagangan. (2008). Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern. *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia*, 1–20. <http://sipo.kemendag.go.id/upload/syarat/70fdbe65ee6b7c6d8f77f1901cc1284a.pdf>

Pdpasarkotatangerang. (2017). *Peta Lokasi Pasar*. PD Pasar Kota Tangerang. <http://pdpasarkotatangerang.co.id/market/map>