

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, S. (2015). *Manajemen Strategi Teori Konsep Kerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendi, O. U. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Erickson, M. H. (2005). Hypnosis and Clinical Hypnotherapy . *American Journal of Psychiatry*, 27.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktik*. Jakarta: PY. Bumi Aksara.
- Hawkins, D., & Mothersbaugh, D. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Irwin: McGraw Hill.
- Herdianto, Donny. *Creative Selling Everyday*. Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 2016.
<https://play.google.com/books/reader?id=90JGDwAAQBAJ&pg=GBS.PA24&hl=en>.
- Moine, Donald, and Kenneth Lloyd. *Unlimited Selling Power: How to Master Hypnotic Selling Skills*. New York, USA, Penguin Group, 1990.
- Rasyiqi. "Jurnal Hukum Bisnis Syariah." *Hypnoselling dalam Tinjauan Iradah Aqdiyah*, vol. 3, 2017, p. 13. *Trunojoyo Madura*,
<https://pta.trunojoyo.ac.id/welcome/detail/130711100083>.
- Rusdi, Moh. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng Ud. Berkah Jaya." *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, vol. 6 no 2, no. 6686, 2019, p. 53. *Journal Trunojoyo*,
<https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/6686>.
- Saktisyahputra. "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Siswa (Studi Kasus pada Bimbingan Belajar Bintang Solusi Mandiri Cabang Pinang." *Jurnal Lugas*, vol. Vol 2 No 2, no. 2580-8338, 2018, pp. 89-97. *Jurnal Komunikasi*,
<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/266/157>.

Setiawan, Andrie. *Komunikasi Dahsyat dengan Hipnosis*. Jakarta, VisiMedia, 2010.

https://play.google.com/store/books/details/Komunikasi_Dahsyat_dengan_Hipnosis?id=IHln0RzJxwgC&hl=en&gl=US.

Sugiyono. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta, 2006.

Setyorini, N., Kadaryati, & Bagiya. (2020, Juni). Analysis of Hypnoselling Linguistic Encoding Forms in Online Promotion Copywriting Techniques. *AKSIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4 no 1, 70.

Shimp, A. T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 (edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.

Shimp, T. A., Lozier, D., & M, W. (1986). Promotion Management and Marketing Communication. In R. a. a division of Holt (Ed.). America, United Stated: The Dryden Press.

Strauss, A., & Corbin, J. (2003). *Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Subagyo, J. (2011). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Ulber, S. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Widjajanto, B., & Widyaningsih, A. (2007). Mengasah Kemampuan Ekonomi CV Citra Praya: Bandung. *Ekonomi & Akuntansi*.

William, L. R., & Peterson, J. T. (2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada Media Group.

Wong, Willy. (2010). *Hypnosis for Selling: cara dahsyat menjual & mempengaruhi*. Jakarta: VisiMedia.

Wulur, M. B. (2018, Juli-Desember 2). Aplikasi Hipnosis tinjauan komunikasi dakwah. *Jurnal Al-Bayan*, 24, 46.

Yassin, K. (2018). *Sukses dengan NLP (Neuro-Linguistic Programming)*. Jakarta: Buku Pintar Indonesia.