

DAFTAR PUSTAKA

- Anandra, Q., Uljanatunnisa, U., & Cahyani, I. P. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(2), 96.
- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung Armico.
- Arifin, A. (1994). *Strategi Komunikasi*. Armico.
- Bungin, B. (2015). *KOMUNIKASI PARIWISATA (TOURISM COMMUNICATION): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Prenadamedia Group.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo.
- Chatterjee, A. (2010). *Internasional Relations Today* (B. K. Sarkar, Ed.). Dorling Kindersley.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi AntarManusia* (5th ed.). Karisma Publishing Group.
- Effendy, O. U. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2019). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Griffin. (2006). *A First Look at Communication Theory (5th ed.)* (M. Ryan, Ed.; 5th ed.). David Patterson.
- Hermawan, S., & Amirullah, M. S. (n.d.). *METODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*.
- Kenneth E. Anderson. (1972). *Chapter 1: Introduction to Communication Theory*.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of human communication*. Waveland Press.
- Mackenzie, S. B., & Spreng, R. A. (1992). *How Does Motivation Moderate the Impact of Central and Peripheral Processing on Brand Attitudes and Intentions?*
- Miles, M. B. & H. A. M. (1984). *Analisis Data Kualitatif*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.

- O’Keefee Daniel. (n.d.). elaboration_likelihoood_model_-_okeefe. *Elaboratiom Likelihood Model*.
- Park, D. H., Lee, J., & Han, I. (2007). The effect of on-line consumer reviews on consumer purchasing intention: The moderating role of involvement. In *International Journal of Electronic Commerce* (Vol. 11, Issue 4, pp. 125–148). M.E. Sharpe Inc.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986a). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Schumann, D. (1983a). Central and Peripheral Routes to Advertising Effectiveness: The Moderating Role of Involvement. *Journal of Consumer Research*, 10(2), 135.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Schumann, D. (1983b). Central and Peripheral Routes to Advertising Effectiveness: The Moderating Role of Involvement. *Journal of Consumer Research*, 10(2), 135.
- Soleh Soemirat, H. H. S. A. S. (2014). *KomunikasiPersuasif_oleh_Soleh_Soemirat*.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan : (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.