

DAFTAR PUSTAKA

- Bayoumi, A. (2020). Zum Verhältnis von Sätzen und Textsorten - Eine korpusbasierte Analyse. *Journal of Languages and Translation*, 7(1), 159–177. <https://doi.org/10.21608/jltmin.2020.143466>
- Belenky, A. S. (2000). An Approach to Planning an Advertising Campaign of Goods and Services. *Computers and Mathematics with Applications*, 1–16.
- Cook, G. (2001). *The Discourse of Advertising* (R. Carter, Ed.; Second Edition). Routledge.
- Gallmann, P., Eisenberg, P., Peters, J., Fabricius-Hansen, C., Nübling, D., Barz, I., Fritz, T. A., & Fiehler, R. (2009). Duden Grammatik 4. In K. Kunkel-Razum & F. Münzberg (Eds.), *Der Duden in 10 Bänden* (8th ed., Vol. 4). Bibliographisches Institut AG.
- Helbig, G., & Buscha, J. (1996). *Deutsche Grammatik: Ein Handbuch für den Ausländerunterricht* (17th ed.). Verlag Enzyklopädie.
- Jefkins, J. (2000). *Advertising* (J. Yadin, Ed.; Fourth Edition). Pearson Education Limited.
- Jørgensen, S., Sigué, S. P., & Zaccour, G. (2000). Dynamic cooperative advertising in a channel. *Journal of Retailing*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S002243599900024X?via%3Dihub>
- Kesuma, T. M. J. (2007). *Pengantar (Metode) Penelitian Bahasa*. Carasvatibooks.
- Larson, C. U. (2009). *Persuasion: Reception and Responsibility*. Wadsworth Publishing.
- Mardliyah, A. (2021). Kalimat Tanya pada Teks Iklan Deutsche Bahn. *E-Journal Identitaet*, 10(02), 1–10.
- Neuner, Gerhard., & Hunfeld, Hans. (1993). *Methoden des Fremdsprachlichen Deutschunterrichts : Eine Einführung*. Langenscheidt.
- Pariany, A. (2018). *Kalimat Perintah (Aufforderungssatz) dalam Resep Masakan Majalah Lust Auf Genuss*. Universitas Negeri Jakarta.
- Purwono, P. Y. (2021). Kalimat Deklaratif dalam Iklan McDonald. *E-Journal Identitaet*, 10.

- Richter, J. (2022). *German Grammar Easily Explained*. EasyDeutsch LLC.
www.easy-deutsch.com
- Saleh, S. (2017). *ANALISIS DATA KUALITATIF*. Pustaka Ramadhan.
- Venus, A. (2012). *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Vinayagamoorthy, A., & Murugaperumal, M. (2020). Pricing strategy of egg marketing (A study with special reference to Namakkal district). *TRANS Asian Journal of Marketing & Management Research (TAJMMR)*, 9, 22.
<https://doi.org/10.5958/2279-0667.2020.00007.32279-0667>
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.

