

TUTURAN PERSUASIF DALAM *CROSS SELLING* DAN *UP SELLING*

MENU DI FORESTHREE COFFEE KOTA KEDIRI TAHUN 2024

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Pada Prodi PBSI



OLEH:

ELOK DUWI AGUSTINA

NPM. 2014040004

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh:

ELOK DUWI AGUSTINA

NPM: 2014040004

Judul:

**TUTURAN PERSUASIF DALAM *CROSS SELLING* DAN *UP SELLING*
MENU DI FORESTHREE COFFEE KOTA KEDIRI TAHUN 2024**

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi PBSI
FKIP UN PGRI Kediri

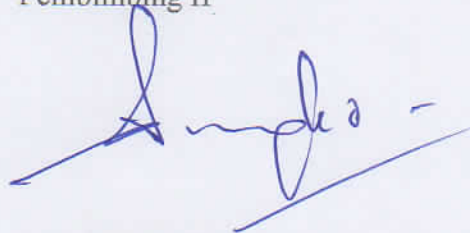
Tanggal: 2 Juli 2024

Pembimbing I



Dr. Endang Waryanti, M. Pd.
NIDN. 0007075903

Pembimbing II



Drs. Sempu Dwi Sasongko, M. Pd.
NIDN. 070802600

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

ELOK DUWI AGUSTINA
NPM. 2014040004

Judul:

**TUTURAN PERSUASIF DALAM *CROSS SELLING* DAN *UP SELLING*
MENU DI FORESTHREE COFFEE KOTA KEDIRI TAHUN 2024**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi PBSI FKIP UN PGRI Kediri
Pada tanggal: 11 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Endang Waryanti, M. Pd
2. Penguji I : Drs. Moch. Muarifin, M. Pd
3. Penguji II : Drs. Sempu Dwi Sasongko, M. Pd



Mengetahui,
Dekan FKIP



Dr. Agus Widodo, M.Pd
NIDN 0024086901

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Elok Duwi Agustina
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Tulungagung/3 Agustus 2000
NPM : 2014040004
Fak/Prodi : FKIP/S1 PBSI

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 2 Juli 2024
Yang Menyatakan



Elok Duwi Agustina
NPM. 2014040004

MOTTO PERSEMBAHAN

Allah tidak akan menyegerakan sesuatu kecuali itu yang terbaik. Maka ketika kau telah selesai dengan (tugas pertama) maka lanjutkanlah mengerjakan tugas lainnya. (Q.S Al Insyirah: 7)

Kubersembahkan untuk kedua orang tua, kakak perempuan, kekasih, dan sahabat tercinta yang telah senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta doa yang selalu mengiringi setiap langkah saya.

PRAKATA

Puji Syukur dipanjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya skripsi berjudul “Tuturan Persuasif dalam *Cross Selling* dan *Up selling* Menu di Forestthree Coffee Kota Kediri Tahun 2024” dapat diselesaikan.

Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M. Pd, Rektor UN PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswanya.
2. Dr. Agus Widodo, M. Pd, Dekan FKIP UN PGRI Kediri.
3. Dr. Nur Lailiyah, M. Pd, Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FKIP UN PGRI Kediri.
4. Dr. Endang Waryanti M. Pd, Dosen pembimbing I yang memberikan arahan, bimbingan, serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Sempu Dwi Sasongko, M. Pd, Dosen pembimbing II yang juga memberikan masukan, saran, dan arahan sehingga skripsi ini dapat disusun.
6. Kedua orang tua, kakak perempuan, dan Abimanyu yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 2 Juli 2024

ELOK DUWI AGUSTINA
NPM. 2014040004

Abstrak

Elok Duwi Agustina: Tuturan Persuasif dalam *Cross Selling* dan *Up Selling* Menu di Forestthree Coffee Kota Kediri Tahun 2024, Skripsi, PBSI, FKIP UN PGRI Kediri, 2024

Kata kunci: tuturan, persuasif, dasar persuasif, teknik persuasif.

Dunia pemasaran kini didominasi oleh para pelaku usaha bidang makanan dan minuman. Usaha makanan dan minuman paling banyak peminatnya di Pulau Jawa termasuk juga di Kota Kediri adalah warung kopi atau kafe. Inovasi produk harus dilakukan agar usaha bisnis dapat bertahan dan berkembang. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah *cross selling* dan *up selling*. Kedua hal itu merupakan strategi dalam penawaran yang menggunakan pola kebahasaan secara pragmatik terutama tindak tutur, karena mereka tidak hanya menyampaikan makna informatif tetapi juga maksud. Penyampaian maksud dibalik tuturan bersifat mempengaruhi untuk membujuk pendengar agar mengikuti keinginan penutur (pramusaji). Hal tersebut, merupakan fungsi dari tuturan persuasif.

Penelitian tuturan persuasif dalam *cross selling* dan *up selling* menu di forestthree coffee Kota Kediri berfokus pada tuturan oleh pramusaji pada pelanggan. Tujuan penelitian ini yaitu (1) mendeskripsikan tuturan persuasif berdasarkan dasar-dasar persuasif meliputi watak & kredibilitas, pengendalian emosi, dan bukti-bukti kebenaran dalam *cross selling* dan *up selling* menu di Forestthree Coffee Kediri tahun 2024, (2) mendeskripsikan tuturan persuasif berdasarkan teknik-teknik persuasif meliputi rasionalisasi, sugesti, konformitas, dan kompensasi dalam *cross selling* dan *up selling* menu di Forestthree Coffee Kediri tahun 2024.

Secara teoritis penelitian ini menggunakan pendekatan pragmatik, sedangkan secara metodologis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian ini yaitu kualitatif yang datanya berupa tuturan pramusaji. Instrumen yang digunakan yaitu diri peneliti sendiri. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi atau pengamatan. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis interaktif. Data yang telah dianalisis di uji keabsahannya.

Data yang ditemukan digolongkan menjadi dua yaitu dasar-dasar persuasif meliputi 55 watak dan kredibilitas, 10 pengendalian emosi, 33 bukti-bukti kebenaran, dan teknik-teknik persuasif meliputi 10 teknik rasionalisasi, 24 teknik sugesti, 3 teknik konformitas, serta 12 teknik kompensasi. Dari hasil penelitian ini watak dan kredibilitas paling banyak ditemukan, jadi dapat disimpulkan bahwa hal yang paling utama harus dikuasai yaitu watak yang baik dan kredibilitas, sebelum ataupun ketika melakukan persuasif. Berdasarkan data hasil penelitian, ditemukan bahwa bahasa pramusaji dalam melakukan kegiatan penawaran dengan pelanggan telah memenuhi dasar-dasar persuasif.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO PERSEMBAHAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Pertanyaan Penelitian.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Pragmatik.....	8
B. Tindak Tutur	12
1. Tindak tutur lokusi.....	13
2. Tindak tutur ilokusi	13
3. Tindak tutur perlokusi	14
C. Persuasif.....	14
1. Dasar-Dasar Persuasif	16
2. Teknik-Teknik Persuasif	19
D. <i>Up Selling</i> dan <i>Cross Selling</i>	22
1. <i>Up Selling</i>	22
2. <i>Cross Selling</i>	23
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	24

BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
1. Pendekatan Penelitian	26
2. Jenis Penelitian	27
B. Kehadiran Peneliti	28
C. Tahapan Penelitian.....	28
1. Tahapan Pra Penelitian.....	28
2. Tahap Pelaksanaan Penelitian.....	29
3. Tahap Penulisan Laporan Penelitian	29
D. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
1. Tempat Penelitian	29
2. Waktu penelitian	30
E. Sumber Data Penelitian	32
1. Data	32
2. Sumber Data	32
F. Prosedur Pengumpulan Data	32
G. Teknik Analisis Data	35
1. Reduksi	35
2. Penyajian Data	36
3. Penarikan Simpulan dan Verifikasi.....	36
H. Pengecekan Keabsahan Temuan	36
1. Perpanjangan Pengamatan	37
2. Meningkatkan Ketekunan Pengamatan dalam Penelitian.....	37
3. Triangulasi Penyidik	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	39
1. Deskripsi Tuturan Persuasif berdasarkan Dasar-Dasar Persuasif	40
2. Deskripsi Teknik-Teknik Persuasif dalam <i>Cross Selling</i> dan <i>Up Selling</i>	55
B. Pembahasan Data Hasil Penelitian	70
1. Pembahasan Dasar-Dasar Persuasif dalam <i>Cross Selling</i> dan <i>Up Selling</i>	70
2. Pembahasan Teknik-Teknik Persuasif dalam <i>Cross Selling</i> dan <i>Up Selling</i>	72
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....	76

A. Simpulan.....	76
B. Implikasi.....	77
C. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rincian Kegiatan dan Waktu Penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Tabulasi Data.....	34
Tabel 4. 1 Tabulasi Data Penelitian	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Glosarium	82
Lampiran 2 Transkrip data tuturan pramusaji dengan pelanggan	84
Lampiran 3 Tabulasi Data Dasar-Dasar Persuasif.....	97
Lampiran 4 Tabulasi Data Teknik-Teknik Persuasif.....	122

BAB I

PENDAHULUAN

Pada pendahuluan, berisi tentang segala hal yang melatarbelakangi penulisan penelitian ini. Isi dari pendahuluan antara lain (A) Latar Belakang Masalah, (B) Fokus Penelitian, (C) Pertanyaan Penelitian, (D) Tujuan Penelitian, dan (E) Kegunaan Penelitian.

A. Latar Belakang Masalah

Dunia pemasaran kini didominasi oleh para pelaku usaha bidang makanan dan minuman yang sering disebut *Food and Beverage* (F&B). Sebagaimana pernyataan Yanto & Astawa (2024:2), bahwa industri makanan dan minuman mengalami peningkatan sebesar 4,90 persen pada tahun 2022 yang dicatat oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Banyak tempat makan yang tersebar di Indonesia utamanya di Pulau Jawa, sehingga keadaan tersebut membuat para pelaku usaha baru mulai bermunculan dan pelaku usaha lama berinovasi serta mengembangkan usahanya dengan membuka cabang.

Usaha F&B yang paling banyak peminatnya di Pulau Jawa termasuk juga di Kota Kediri adalah warung kopi atau kafe. Sebagaimana dinyatakan oleh Putri (2020:2) bahwa bermunculannya berbagai kafe karena banyaknya pemuda masa kini atau generasi Z memiliki hobi nongkrong, sehingga berbagai kafe berinovasi dan bersaing untuk menarik perhatian para pemuda dengan berbagai cara berinovasi agar mereka mau datang.

Persaingan usaha harus direspon dengan menjaga standar produk. Hal ini menjadi hal terpenting bagi pelaku usaha dalam bidang F&B (Kamaludin &

Sulistiono,2013:2). Pengusaha harus memiliki karakter rasa agar dapat dikenal oleh pelanggan. Namun perkembangan jaman mengharuskan pelaku usaha membuat inovasi produk untuk mengikuti tuntutan pasar. Walaupun pelaku usaha berinovasi menciptakan berbagai jenis produk untuk dijual, tetapi ciri khas atau karakter rasa produknya harus tetap dijaga.

Inovasi sebagai usaha untuk pengembangan perusahaan tidak akan berjalan apabila tidak diikuti usaha dalam bidang pemasaran. Proses penjualan produk akan berjalan lancar jika pelaku usaha dapat menerapkan strategi penawaran dan pelayanan yang tepat. Para pramusaji harus dapat melayani pelanggan dengan baik, ramah, dan sopan. Sebagaimana dinyatakan Nurlia (2018:21) bahwa konsep pelayanan yang baik atau prima salah satunya adalah sikap yang tepat di depan pelanggan.

Strategi penawaran yang dapat digunakan salah satunya yaitu *cross selling* dan *up selling*. Strategi tersebut dirasa perlu digunakan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan agar lebih konsumtif. Pada akhirnya keuntungan perusahaan meningkat sebab produk yang terjual menjadi lebih banyak. Keefektifan strategi *cross selling* dan *up selling* telah terbukti melalui penelitian yang telah dipublikasikan dalam beberapa artikel penelitian. Salah satunya penelitian Mabruroh (2022:96) yang menyatakan bahwa strategi *up selling* dan *cross selling* efektif membuat konsumen membeli produk lebih apabila dalam pelaksanaannya dilakukan dengan tepat.

Strategi *cross selling* dan *up selling* dapat terwujud dengan syarat para pramusaji menguasai bahasa secara pragmatic terutama tindak tutur, karena

mereka tidak saja menyampaikan makna informatif tetapi juga maksud. Artinya, mereka harus menguasai bahasa-bahasa informasi tetapi kalimat-kalimat persuasif. Oleh karena itu, pramusaji dapat memanfaatkan teori Austin, yakni tindak lokusi, tindak ilokusi, dan tindak perlokusi (Jumanto, 2017:37).

Tindak tutur ilokusi mengekspresikan keinginan penutur terhadap mitra tutur akan suatu bentuk tindakan atau interaksi tertentu. Jika mitra tutur mengekspresikan tindakan atau sikap sesuai yang diharapkan penutur, bisa dikatakan tindak ilokusi berhasil. Jadi, tujuan tindak ilokusi yaitu mempengaruhi mitra tutur, baik langsung maupun tidak langsung. Tuturan seperti ajakan, persuasif, perintah, nasihat, larangan atau penawaran merupakan wujud tindak tutur ilokusi (Ibrahim, 1993:33).

Tuturan persuasif merupakan hal yang umum dalam dunia pemasaran. Hal tersebut dikarenakan bahasa yang digunakan dalam penjualan bersifat bujukan yang tujuannya mempengaruhi pendengar. Kegiatan jual beli, penawaran produk/jasa, dan penyampaian promo atau diskon adalah wujud penerapan persuasif. Kegiatan persuasif akan terwujud apabila penutur mampu mengolah bahasa untuk meyakinkan mitra tutur dengan tanpa paksaan (Keraf, 2010:120). Oleh karena itu, persuasif penting untuk dikuasai para pramusaji sebagai pelaku pemasaran.

Begitu juga para pramusaji di kafe perlu memiliki kemampuan bertutur persuasif. Di kota Kediri banyak kafe baru bermunculan. Salah satunya adalah kafe Starbucks. Hal ini menjadi salah satu bukti bahwa persaingan kafe di Kediri saat ini cukup ketat. Tidak mengherankan jika Starbucks membuka cabang

barunya. Kafe merupakan tempat yang saat ini banyak digemari oleh remaja kota Kediri. Beberapa kafe tentu memiliki ciri khas masing-masing seperti: tempat yang bagus, rasa yang khas, baik makanan maupun minuman yang ditawarkan; termasuk juga pelayanan yang baik. Hal tersebut juga diterapkan oleh Forestthree Coffee Kediri di Jalan Brawijaya.

Pelayanan dalam hal penawaran yang dilakukan pramusaji dengan baik, dapat membuat pelanggan tertarik membeli produk yang ditawarkan oleh pramusaji. Jadi, penting untuk pramusaji menguasai tuturan persuasif. Karena hanya dengan bertuturan ternyata hal tersebut dapat meningkatkan omset penjualan. Memperhatikan pentingnya penguasaan tuturan persuasif para pramusaji, maka menarik untuk diteliti penggunaan tuturan persuasif di Forestthree Coffee Kediri. Oleh karena itu, ditampilkan judul penelitian, “Tuturan Persuasif dalam *Cross Selling* dan *Up Selling* Menu di Forestthree Coffee Kediri Tahun 2024.” Diharapkan penelitian ini dapat mendeskripsikan pemakaian tindak tutur persuasif para pramusaji sebagai pelaku pemasaran dalam upaya menarik pengunjung atau pelanggan kafe.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian diperlukan guna isi pembahasan dapat terarah dan memiliki batasan. Penelitian dibatasi agar kajiannya tidak melebar luas yang akibatnya hasil tidak terfokus pada satu masalah (Pratama, 2019:36). Penelitian yang baik yakni penelitian yang objek kajiannya fokus dan mendalam. (Dharminto, 2014:2)

Persaingan antar pengusaha kafe dalam berbisnis memunculkan berbagai ide kreatif dalam menarik perhatian pelanggan. Hal tersebut tidak lepas dari peran seorang pramusaji dalam menghadapi pelanggan dan menawarkan produknya. Kegiatan penawaran tersebut berupa *cross selling* dan *up selling* yang mengandalkan kemampuan berbahasa.

Bahasa tepatnya kalimat yang digunakan pramusaji dalam kegiatan penawaran merupakan bentuk dari tindak tutur. Jenis tindak tutur yang sesuai dengan penawaran atau usaha mempengaruhi orang adalah ilokusi dan perlokusi. Ilokusi merupakan tindak mengekspresikan maksud dan fungsi tertentu. Apabila maksud tuturan dapat berpengaruh sesuai yang diharapkan maka itu disebut perlokusi. Tercapainya sebuah maksud tuturan diperlukan fungsi kebahasaan yang dapat mempengaruhi pendengar, salah satunya bahasa persuasif.

Persuasif merupakan pola kebahasaan yang bertujuan untuk mempengaruhi lawan bicara. Terdapat 3 hal yang perlu diperhatikan sebelum bertuturan persuasif yaitu, mempelajari watak dan kredibilitas, kemampuan mengendalikan emosi, dan memahami bukti-bukti kebenaran. Dasar-dasar persuasif tersebut berkaitan dengan landasan dalam mencapai persuasif. Di samping itu, terdapat teknik-teknik dalam persuasif yang berkaitan dengan cara penyampaian tuturan. Penelitian ini hanya mengambil 4 teknik yakni, rasionalisasi, sugesti, konformitas, dan kompensasi. (Keraf, 2010:121).

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus kajian penelitian ini yaitu mengkaji tuturan persuasif yang digunakan dalam menawarkan makanan dan minuman sesuai dengan dasar-dasar serta teknik-teknik persuasif yang digunakan

pramusaji Forestthree Coffee Kediri, maka penelitian ini berjudul “Tuturan Persuasif dalam *Cross selling* dan *Up selling* Menu di Forestthree Coffee Kota Kediri Tahun 2024”

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan ruang lingkup penelitian yang telah dipaparkan, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimanakah deskripsi tuturan persuasif berdasarkan dasar-dasar persuasif yang meliputi watak dan kredibilitas, kemampuan mengendalikan emosi, dan bukti-bukti suatu kebenaran dalam *up selling* dan *cross selling* menu di Forestthree Coffee Kota Kediri tahun 2024?
2. Bagaimanakah deskripsi tuturan persuasif berdasarkan teknik-teknik persuasif meliputi rasionalisasi, sugesti, konformitas, dan kompensasi dalam *cross selling* dan *up selling* menu di Forestthree Coffee Kota Kediri tahun 2024?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sangat berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Berdasarkan tujuan penelitian sangat berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Berdasarkan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan bentuk tuturan berdasarkan dasar-dasar persuasif yang meliputi watak dan kredibilitas, kemampuan mengendalikan emosi, dan bukti-bukti suatu kebenaran dalam *up selling* dan *cross selling* menu di Forestthree Coffee Kota Kediri tahun 2024.

2. Mendeskripsikan tuturan persuasif berdasarkan teknik-teknik persuasif meliputi rasionalisasi, sugesti, konformitas, dan kompensasi dalam *cross selling* dan *up selling* menu di Forestthree Coffee Kediri tahun 2024.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kajian-kajian tuturan persuasif dalam upaya pembinaan dan pengembangan Bahasa Indonesia. Terutama tentang tuturan persuasif, dasar-dasar persuasif, dan teknik-teknik persuasif.

2. Manfaat Praktis

- a. Tuturan persuasif berdampak positif dalam pemasaran karena temuan ini dapat dimanfaatkan oleh pengelola atau pelaku bisnis makanan dan minuman sebagai strategi yang dapat dikembangkan guna meningkatkan omset penjualan.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan bandingan bagi peneliti lain pada penelitian penggunaan bahasa dalam konteks pemasaran.
- c. Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi atau bahan rujukan untuk kegiatan belajar mengajar dalam bidang kebahasaan utamanya bahasa persuasif.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi dalam kajian penggunaan bahasa secara kontekstual.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: Syakir Media Press.
- Abubakar, R. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press: Yogyakarta.
- Dharminto. 2014. *Metode Penelitian dan Penelitian Sampel. UNDIP Institutional Repository* .
- Hendri, E. 2019. *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ibrahim. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ibrahim, A. S. 1993. *Kajian Tindak Tutur*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Jumanto. 2017. *Pragmatik : Dunia Linguistik Tak Selebar Daun Kelor Edisi 2*. Yogyakarta: Morfalingua.
- Kamaludin, & Sulistiono. 2013. *Kualitas Produk Sebagai Faktor Penting dalam Pemasaran Ekspor pada PT. Euro Indonesia. Media Neliti* .
- Keraf, G. 2010. *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2008. *Komposisi: Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*. Flores: Nusa Indah.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A.M. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Mabruroh, F. I. 2022. *Efektivitas Strategi Up Selling dan Cross Selling dalam Pemenuhan Target Penjualan di Menepi Kitchen Jember. Digilib UINKHAS*.
- Mahsun. 2017. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan, Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Depok: PT Raja Grafindo.
- Miftahudin, H. 2023. *medcom.id* (Online),tersedia: <https://www.medcom.id/redaksi/> .diunduh 3 April 2023.
- Muhadjir, N. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rakesarasin.
- Murdiyanto, E. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*.Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nuramila. 2020. *Kajian Pragmatik (Tindak Tutur dalam Media Sosial)*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).
- Nurlia. 2018. *Strategi Pelayanan dengan Konsep Service Excellent. Meraja Journal*.
- Pratama, F. P. 2019. *Pengaruh Kepemimpinan dan Kompensasi terhadap Motivasi Kerja Pegawai pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Simpang Patal Palembang. Repository Raden Fatah* .

- Purnia, D.S., & Alawiyah, T. 2020. *Metode Penelitian: Strategi Menyusun Tugas Akhir*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purwaningias, F. 2018. Penerapan Produk *Knowledge* dan Strategi *Up Selling* pada Candra Tech Palembang. *Jurnal Sistem Informasi* .
- Putri, Z. F. 2020. Konsumerisme Anak Muda dalam Budaya Nongkrong. *Repository.uinjkt.ac.id*.
- Rahmadi. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Bajarmasin: Antasari Press.
- Rivai, P.C. 2017. Tindak Tutur Persuasif pada Guru Penjasorkes dan Siswadi SMK Negeri 4 Bandar Lampung Tahun Ajaran 2016/2017. *Digilib Unila*.
- Rohmadi, M. 2017. *Pragmatik: Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Sari, N.K. 2018. Teknik Persuasif dalam Buku Tanpa Gelar Karya Andrias Harefa. *Geram: Gerakan Aktif Menulis*.
- Sugiyono. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, G. 2018. *The Power Of Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Wijana, I.D. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Yanto, I. G., & Astawa, I. G. 2024. Analisis Kinerja Keuangan dengan Menggunakan Metode Economic Value Added pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika, Vol. 14 No. 1*