

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldino, P., Kamila, A., & Heryana, S. P. (2023). Membangun Jiwa Entrepreneurship Melalui Skill *Copywriting*. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 34-40.
- Christine, C. C., & Oktavianti, R. (2021). Pengaruh Pesan Persuasif Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian. *Prologia*, 5(1), 108-114.
- Ekantoro, J., Roosinda, F. W., & Nabilah, F. A. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif *Copywriting* pada Akun Instagram @mie.gacoan. *Intelektual.(E-Journal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi)*, 10(1), 49-59.
- Enterprise J. (2021). *Instagram untuk Bisnis, Hob, dan Desain Grafis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Hasan, M. I. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Hamad, I. (2024). *Komunikasi Strategis*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Hereyah, Y. (2014). Iklan Mobil di Media Cetak, Analisis Elemen *Copywriting* dan Visualisasi di Majalah SWA. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(2), 169-184.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2012. *Principles Of Marketing*. 17th ed. Pearson Education. Prentice Hall, England.
- Kotler, P., & Keller, K., (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, New Jersey: Pearson.

Maliki, D. N., & Susanti, S. (2019). Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye Anti-Kekerasan Seksual Oleh Komunitas Lentera SINTAS Indonesia. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 7(1).

Maryam, E., & Paryontri, R. (2020). *Psikologi Komunikasi*. UMSIDA Press.

Moriarty, S., & dkk. 2009. *Advertising*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nahdiah, P., Sumadyo, B., & Sumarto, S. T. (2021). Deiksis Persona dan Pesan Persuasif dalam Buku Pengembangan Diri: Ingatkan Aku Karya Fitria NA. *Diskursus: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 4(2), 154-160.

Nugroho, F. (2022). Pelatihan Penggunaan *Copywriting* bagi Komunitas Kubependa Rawalumbu Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 2(3), 62-68.

Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(5), 594-603.

Rahmayadi, T & Yuningsih, A. (2023). Hubungan antara Komunikasi Persuasif Clarissa di Instagram dengan Loyalitas Pelanggan. *Bandung Conference Series: Public Relation*, 3(1), 125-132.

Sari, A. K., & Kurnia, A. (2013). Pengaruh citra merek dan keluarga terhadap keputusan pembelian honda beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1)285-296.

Setyowati, L. (2022). *Copywriting* Periklanan Batik Semarang di Instagram @batiksemarang16. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, Vol 3(1), 15–28.

Surianto, J. E., & Utami, S, S.L. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif melalui Fitur Shopee Live terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Lilybelleclothing). *Prologia*, 5(2), 382-390.

Sugiyono.(2019).*Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

Suryana, A. (2014). *Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif*. Universitas Terbuka.

Tarigan, A. A. (2021). Peran *copywriting* media sosial dalam meningkatkan minat konsumen terhadap produk west burger (Doctoral dissertation). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial dan Politik (JIMSIPOL)*,2(3), 1-10.

Tobing, R. P., & Bismala, L. (2015). Pengaruh citra merek dan periklanan terhadap keputusan pembelian polis asuransi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 1(2).

Zain, N. L. (2017). Strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. *Jurnal Nomosleca*, 3(2).