

DAFTAR PUSTAKA

- Anindya, W. D. (2021). Strategi Menulis Teks Promosi (Copywriting) di Instagram untuk Meningkatkan Penjualan Onlinshop. *Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi*, 5 (2), 148-155.
- Augustinah, F., & Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, Volume 4, Nomor 2, 1-19.
- Cendriono, N., & Ardiana, T. E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Dawet Jabung yang Dilihat dari Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 188-195.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & dkk. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*. Banten: Pascal Books.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & dkk. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol. 6 No. 2*, 16-25.
- Jannah, F. A. (2022). *Kelas Online Copywriting*. Jakarta: SangSang Univ Indonesia.
- Juliansyah, E. (2019). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan. *Jurnal Ekonomak Vol. 3 No. 2*, 19-37.

- Mardia, Hutabarat, M. L., & dkk. (2021). *Strategi Pemasaran*. (R. Watrianthos, & J. Simarmarta, Eds.) Yayasan Kita Menulis.
- Muhammad Dian Ruhamak, E. H. (2018). Pengaruh Word of Mouth, Minat Konsumen, dan Branda Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Khusus di Area Kampung Inggris Pare Kediri). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, Volume 3 No. 2*, 124.
- Nurlan, F. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Asnidar, Ed.) Parepare: CV. Pilar Nusantara.
- Pranata, I. D., & Pramudana, K. S. (2018). Peran Kesadaran Merek (Branda Awareness) dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo dengan Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 10*, 5230-5257.
- Ruhamak, M. D., & Sya'idah, E. H. (2018). Pengaruh Word of Mouth, Minat Konsumen, dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus di Area Kampung Inggris Pare Kediri). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, Volume 3 No. 2*, 124.
- Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga dan dan Promosi Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada PT. Samudranesia Tour and Travel Pekanbaru). *JOM FISIP, Volume 4 No. 1*, 3-4.

- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2019). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi Humas, Volume 3, No. 1*, 102-119.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Yogantari, M. V., & Ariesta, I. B. (2021). Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Takeaway di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual Vol. 3 No. 1*, 8-16.