

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Agit, A., et al. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Albrighton, T. (2013). *The ABC of Copywriting*. Norwich: ABC Business Communications.
- Aryani, T. L., & Ritonga, R. M. (2023). Analisis Pengaruh Implementasi & Ritonga, R. M. (2023). Analisis Pengaruh Implementasi *Hygiene* Dan Sanitasi Terhadap Kepuasan Tamu Di Martha Tilaar Gading Serpong. *GLOSAINS: Jurnal Sains Global Indonesia*, 4(2), 76-83.
- Bramantya, A. E., & Fuady, M. E. (2023). Strategi Public Relations PT. Pos Indonesia (Persero) dalam Mempertahankan Reputasi di Era Digital. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(1), 373-378.
- Cateora, Philip R. penulis; Money, R. Bruce penulils; Gilly, Mary C. penulis; Graham, John L. penulils. (2020; © 2020). *International marketing / Philip R. Cateora, R. Bruce Money, Mary C. Gilly, John L. Graham*. New York :: McGraw-Hill,.
- Dewi, R. P., Romadhon, M. I., & Rizqi, M. (2022). Implementasi Model PR Public Information melalui Aktivitas *Copywriting* di Connectpedia Indonesia.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(2), 33-54.
- Halim, N. W. A., Amin, H., & Susilawaty, F. T. (2024). Strategi *Copywriting @Beauty.Kendari*: Pendekatan Teori Aida Dalam Meningkatkan *Engagement* Konsumen. *Jurnal Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 9(1), 239-249.
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec. Parakansalak. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682-686.
- Heath, Robert L. (2013) *Encyclopedia of Public Relations*. New York: Sage Publications
- Helaluddin & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik)*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

- Hollensen, S. (2019). *Global Marketing*. New York: Pearson
- Jesslyn & Agustiniingsih, G. (2021). Application Of *Copywriting* Elements In Social Media Advertising Drinking Products Now In Creating Consumer Interest. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 9(1), 55-67.
- Julius, A. H., & Agustin, D. A. C. (2022). Strategi *Copywriting* dalam Meningkatkan Kerjasama Pada Telkom Indonesia. *Jurnal Ekombis Review*, 10(2), 1371-1382.
- Kartsivadze, T. (2022). *COPYWRITING IN SOCIAL MEDIA*. *RS Global Journals: International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 4(40), 1-6.
- Keller, K.L. (2008) *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Saddle River: Pearson Prentice Hall
- Khalil, I., Shihab, M. S., & Hammad. (2023). Pengaruh Konten dan *Copywriting* Instagram Terhadap *Brand Awareness* dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(3), 307-317.
- Liu, T. (2021). Strategies of Promotion *Copywriting* of Female Product Brand Under the Development of Feminist-Taking the Unsuccessful Advertisement of PurCotton as an Example. *Atlantis Press: Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Volume 554*, 447-450.
- Maharani, L. O., & Putri, S. H. (2020). Implementasi Teknik *Copywriting* Pada Aplikasi Tiket.Com Sebagai Online Travel Agent (OTA). *Prosiding Seminat Hasil Penelitian*.
- Mona, N., & Pramulia, R. R. F. (2022). Peran Copywriter Dalam Membangun *Brand Awareness* Sarimi Puass Di Instagram. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1), 10-18.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Harfa Creative.
- Noventa, C., Soraya, L., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626-635.
- Pranajaya, N. K., & Rachman, R. S. (2022). Strategi Komunikasi Copywriter Dalam Pemasaran Konten (Analisis Studi Kasus di Instagram Napak Jagat Pasundan). *Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 3(2), 83-93.
- Pratama, B. C., Innayah, M. N., & Furqon, M. (2023). Improving MSMEs' Networking through Digital Marketing: The Role of *Copywriting*. *IJBA: Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(3), 673-680.
- Pratiwi, G. W., & Andarini, S. (2023). Pengaruh *Copywriting* dan Brand Awareness terhadap Consumer Interest pada Produk Menantea. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 756-765.

- Rengkuan, N. H. M., Liando, D. M., & Monintja, D. K. (2023). Efektifitas Kinerja Pemerintah Dalam Program Reaksi Respon Realief Daerah (R3D) Di Kabupaten Minahasa. *Jurnal Governance*, 3(1), 1-11.
- Suleman, D. (2023). Strategi *Copywriting* Untuk Menulis Promosi Offline Atau Online. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). 1-6.
- Susanto, D., Risnita & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61.
- Vaynerchuk, G. (2018). *Crushing It! How Great Entrepreneurs Buold Their Business And Influence-And How You Can, Too*. Australia: HarperCollins.
- Yogantari, M. V., & Ariesta, I. G. B. B. B. (2021). Pengaruh *Copywriting* Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi *Takeaway* Di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 8-16.