

## REFERENCES

- Ariyadi, Widya. (2017). 101 Amazing Copywriting Ideas. Yogyakarta: Quadrant.
- Basri, H. (2014). Menggunakan Penelitian Kualitatif dalam Studi Akuntansi dan Manajemen: Bukan Agenda Baru. *Jurnal Administrasi Publik AS-Tiongkok* , 11 (10), 831-838.
- Bisoyi , D., Barua, U., & Guha, E. (2013). Komunikasi Efektif Informasi Produk: Metodologi Penulisan Salinan. *Jurnal Humaniora dan Ilmu Sosial* , 6, 1-3.
- Darmadi, R. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Gojek Mempersembahkan : Cerdikiawan Terhadap Citra Merek Gojek Dikalangan Mahasiswa Universitas Islam Riau* (Disertasi Doktor Universitas Islam Riau).
- DeVito, JA (2019). Buku Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Instruktur* , 1, 18.
- Effendy, OU (2005). *Ilmu Komunikasi & Praktek* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, OU (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek ( cetakan ke23)* . Bandung : PT. Remaja Rosdakarya .
- Hidayat, MC (2018). *Peran Copywriter dalam Bidang Konten Pemasaran Digital di Jaringan Aidia*. Surakarta: Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Hidayat, M., Mahalayati , BR, Sadikin , H., Shaddiq , S., & Zainul, HM (2021). Strategi Media Periklanan sebagai Pemesanan Produk. *Jurnal Mantik* , 5(2), 812-819.
- Jeffkins , F. (1996). *Periklanan* . Jakarta: Erlangga .
- Kotler, P. dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Erlangga .
- Kriyantono , R., & Sos , S. (2014). Teknik praktis penelitian komunikasi . Media Prenada .
- Liyana, CI (2018). Analisis Wacana Iklan Komersial Pendek. *SUMBER: Jurnal Ilmu Komunikasi* , 2(3).
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek warna dalam dunia desain dan periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084-1096.
- Moriarty, S., (2009). *Periklanan* . Jakarta: Kencana Grup Media Prenada.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian* . Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurbiansyah , BA, Herdiana , A., & Saputra, KAA (2023). Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia di Youtube Terhadap Minat Mahasiswa untuk Menggunakan Tokopedia. *Jurnal El-Hamra: Kependidikan dan Kemasyarakatan* , 8(1), 1-14.
- Oben, AI (2021). Instrumen Penelitian: Kuesioner Dan Panduan Wawancara yang Digunakan Untuk Menyelidiki Implementasi Tujuan Pendidikan Tinggi Dan Pencapaian Visi Kamerun 2035. *European Journal of Education Studies* , 8(7).
- Rahmanita, A. D., & Panuju, R. (2023). Marketing Communication in Increasing Sales in Media Ilmu Publishers of Sidoarjo. *GREENOMIKA*, 5(1), 61-67.
- Rizkia , S. (2021). Pemasaran Digital dan Ragam Produk terhadap Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee Studi Kasus Mahaiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus. *Disertasi doctoral* . Kudus: IAIN Kudus).
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* . Graha Ilmu . Yogyakarta.
- Septiana , N., & Firdaus, M. (2018). Strategi Komunikasi Anggota Personal Selling Persuasif Paytren dalam Melakukan Pemasaran Jaringan di Pekanbaru . *Disertasi doctoral* . Riau: Universitas Negeri Riau.
- Setyowati , L. (2022). Copywriting Periklanan Batik Semarang Di Instagram@ Batiksemarang . *Jurnal Komunikasi dan Media* .
- Severin dan Tankard. (2007). *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, Dan Terpaan di Dalam Media Massa* . Jakarta : Kekana .
- Soegoto , ES, Mulyanto , M., Yuliawati , S., & Putri, AV (2022). Digitalisasi Melalui Penulisan Kreatif di media sosial. *Jurnal Internasional Riset dan Teknologi Terapan (INJURATECH)* , 2 (1), 142-150.



Sugiyono . (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif , dan R&D* . Bandung : Alfabeta , CV.

Sukarnyana , dkk . (2003). *Metodologi Dasar-Dasar Penelitian* . Malang : UM Pers.

Syamsurizal , S. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Aktivitas Pemasaran (Studi Deskriptif Komunikasi Persuasif Presenter (Staf Pemasaran ) dalam Merekrut Calon Mahasiwa Baru di Politeknik LP3I Jakarta). *Jurnal Lentera Bisnis* , 5(2), 126-138.

Tarigan , AA (2021). Peran Copywriting Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Konsumen terhadap Produk West Burger. *Disertasi doktoral* . Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Umami, Z., & Darma, GS (2021). Pemasaran Digital: Melibatkan Konsumen Dengan Konten Pemasaran Digital Cerdas . *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* , 23 (2), 94-103.

Wijaya, RS (2023). Analisis Penerapan Pesan Persuasif pada Copywriting di Website Apple Indonesia. *Disertasi doktoral* . Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.