

DAFTAR PUSTAKA

- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital : Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *JIMAT: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155–166. <https://journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrij/article/view/405>
- Anindya, W. D. (2021). Strategi Menulis Teks Promosi (*Copywriting*) di Instagram untuk Meningkatkan Penjualan Onlineshop (*Copywriting Strategy on Instagram to Increase the Selling of Onlineshop*). *Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 5(2), 148–155.
- Melati, D., & Mulki, A. M. (2021). Implementasi Strategi Promosi di Hotel Mercure Gatot Subroto Jakarta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 6(3), 137–149.
- Moestopo, U. P. D., Aisya, A. P., Ardiningrum, S., & Safitri, D. (2020). Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora. *Researchgate.Net*, 03(01), 95–107. https://www.researchgate.net/profile/Dini-Safitri/publication/340535856_Petanda_Jurnal_Ilmu_Komunikasi_dan_Humaniora_The_Use_of_Instagram_on_Political_Participation_of_Communication_Students_in_Universitas_Negeri_Jakarta/links/5e8f30d5299b130798a2812/Petanda
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2020). Penerapan Digital *Marketing* Sebagai Strategi *Marketing* dan Branding pada UMKM. Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. ., 3(.), 56–59. <https://publikasi.polije.ac.id/prosiding/article/view/1186%0Ahttps://publikasi.polije.ac.id/index.php/prosiding/article/view/1186/803>
- Sopari, R. M., Alawiyah, W. D., Politeknik, A. B., Bandung, N., & Indonesia, B. (2024). Pengaruh Visual Content *Marketing* Dan *Copywriting* Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(3)(3), 307–317. [file:///C:/Users/ACER/Downloads/4450-Article Text-7377-1-10-20241128.pdf](file:///C:/Users/ACER/Downloads/4450-Article%20Text-7377-1-10-20241128.pdf)