

DAFTAR PUSTAKA

- Alqatras, M. D., & Ismail, O. A. (2023). *Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @ Metrotv Terhadap Kebutuhan Informasi Followers*. 10(6), 4496–4504.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Amani, S. Z., Maella, N. F. S., Harliantara, & Prasetyo, I. J. (2020). *the Impact of Copywriting and Facebook Ads Content*. 2022.
- Amin, N. F., Garancang, A., & Abunawas, K. (2021). Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Anggraeni, L. (n.d.). *Orang Belanja via Medsos karena Komunitas dan Kemudahan*. Retrieved August 15, 2024, from <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/8koPZORK-orang-belanja-via-medsos-karena-komunitas-dan-kemudahan>
- Asis, P. H., Marjani, M., & Ma'ruf, A. A. (2020). Penggunaan Pemasaran Digital (Digital Marketing) Sebagai Pendukung Pengembangan Usaha Pada Kelompok Pengrajin Anoa Art. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 345–352. <https://doi.org/10.31960/caradde.v2i2.344>
- Aulia, A. (2020). Analisis Pesan Dakwah Dzatiyah Pada Caption Instagram Ustadzah Halimah Alaydrus. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*. [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/53931%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/53931/1/AZIZATUL AULIA-FDK.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/53931%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/53931/1/AZIZATUL_AULIA-FDK.pdf)
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Bly, R. W. (n.d.). *The Copywriter's Handbook: A Step-By-Step Guide To Writing Copy That Sells (4th Edition)*. 112.
- Dwicesa, A. R. (2021). Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Brand Loyalty Pada Usaha Gaia.ku (Studi Kasus Pada Pelanggan Gaia.ku di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(1), 1–12.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue June).
- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Harizahayu, H., Hermanto, K., & Ratna Yuniarti, R. (2023). Analisis Viral Marketing Pada Online Customer Terhadap Minat Pembelian Melalui Tiktok Shop Dengan Regresi Linier Sederhana. *Jurnal Sains Matematika Dan Statistika*, 9(2), 31. <https://doi.org/10.24014/jsms.v9i2.20652>
- Heni, H., & Mujahid, A. J. (2018). Pengaruh Penggunaan Smartphone terhadap Perkembangan Personal Sosial Anak Usia Pra-Sekolah. *Jurnal Keperawatan Silampari*, 2(1), 330–342. <https://doi.org/10.31539/jks.v2i1.341>
- Humaida, D. A. (2020). *Penggunaan Akun Instagram Sebagai Eksistensi Diri Siswa SMAN 8 Kota Kediri*.
- Instagram users in Indonesia - September 2023 | NapoleonCat*. (n.d.). Retrieved August 15, 2024, from <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/09/>

- Karno, A. I., & Sujarwadi, B. (2024a). Pengaruh Copywriting Tiktok Hyalucera Moisturizer The Originote terhadap Minat Beli Masyarakat Bambang Sujarwadi Sekolah Tinggi Multi Media MMTC Yogyakarta. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 224–242.
- Karno, A. I., & Sujarwadi, Tb. (2024b). Pengaruh Copywriting Tiktok Hyalucera Moisturizer The Originote terhadap Min Beli Masyarakat Bambang Sujarwadi Sekolah Tinggi Multi Media MMTC Yogyakarta. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 224–242.
- Lianasari, M., & Ahmadi, S. (2022). Pengaruh Kompetensi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja dengan Motivasi Kerja sebagai Variabel Intervening. *Fokbis - Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*.
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*, 8(4), 11–20.
- Made Pradnya Diartha, P., Komang Sudarma, I., Wayan Suwatra, I. I., & Studi Teknologi Pendidikan, P. (2019). Pengembangan Multimedia Berorientasi Pembelajaran Team Games Tournament Pada Mata Pelajaran Ipa Kelas Iv Sekolah Dasar Mutiara Singaraja. *Jurnal EDUTECH Universitas Pendidikan Ganesha*, 7(1), 1–11.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mayasari, E. A., Putra, Y. P., & Puspita, N. vaulia. (2023). Pengaruh Copywriting terhadap Minat Beli Konsumen Food and Beverage dimediasi Brand Awareness pada Pengguna Instagram di Kediri. *Accounting and Management Journal*, 7(2), 63–71. <https://doi.org/10.33086/amj.v7i2.4959>
- Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing* (Vol. 19, Issue 5).
- Nasution, L. M. (2017). STATISTIK DESKRIPTIF. *Journal of the American Chemical Society*, 77(21), 5472–5476. <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Novliana, S. Z., & Cahyani, L. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen di Tel-U Store. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 136–148. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.440>
- Prajarini, D., & Sayogo, D. (2021). Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk Umkm Kedai Kopi Di Kabupaten Sleman. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 187–199. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4139>
- Puspita, C. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28079>
- Santoso, A. (2023). Rumus Slovin: Panacea Masalah Ukuran Sampel? *Suksma: Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma*. <https://doi.org/10.24071/suksma.v4i2.6434>
- Savitri, P. I. (2024). *Bappenas: Sertifikasi B Corp bukti komitmen perusahaan RI capai*

- SDGs - ANTARA News*. <https://www.antaranews.com/berita/4006404/bappenas-sertifikasi-b-corp-bukti-komitmen-perusahaan-ri-capai-sdgs>
- Setyowati, R. (2020). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada PT. Vitapharm. *Mini Riset, Universitas Islam Indonesia*, 1–19. https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28279/17211058_RizaSetyowati.pdf?sequence=1
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Suhono, T., & Al Fatta, H. (2021). PENYUSUNAN DATA PRIMER SEBAGAI DASAR INTEROPERABILITAS SISTEM INFORMASI PADA PEMERINTAH DAERAH MENGGUNAKAN DIAGRAM RACI (Studi Kasus: Pemerintah Kabupaten Purworejo). *Jnanaloka*, 35–44. <https://doi.org/10.36802/jnanaloka.2021.v2-no1-35-44>
- Suprpto, Y., Tarihoran, S. J., Lie, K. J., & Lie, W. (2023). Analisis Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Bisnis Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2418–2423. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13288>
- Suryana, A. (2007). *Konsep-konsep Dasar Komunikasi Pemasaran*. 1–71.
- Suwandi, E., Imansyah, F. H., & Dasril, H. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. *Journal of Electrical Engineering, Energy, and Information Technology*, 7(1), 77–85.
- Suwarsa, T., & Hasibuan, A. R. (2021). Pengaruh Pajak Restoran dan Pajak Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Tersono Adi, L., Shaluhiah, Z., & Widjanarko, B. (2023). Pemberdayaan Komunitas Herbal Medicine Class di Tangerang Selatan dalam Meningkatkan Kesehatan Keluarga Community Empowerment through Herbal Medicine Class to Improve Family Health in Tangerang Selatan City. *Perilaku Dan Promosi Kesehatan: Indonesian Journal of Health Promotion and Behavior*, 5(1), 53–61. <https://doi.org/10.47034/ppk.v4i2.6849>
- Vivien Arlenda, G. (2021). *Perancangan Promosi Majalah Mombi*.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: 5 billion social media users - We Are Social Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Yansahrita, Fauzi, & Irviani, R. (2023). Digital Marketing: Sebagai Strategi Pemasaran Produk Home Industry di Wilayah Oku Timur. *ECo-Buss*, 6(1), 410–417. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.887>
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS. In *Mandala Press*.