



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- AsianiF. (2020). *Persuasive copywriting: sebuah seni menjual melalui tulisan*. . Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia. .
- HakimBudiman. (2015). *Saya pengen jadi copywriter*. yogyakarta: galang press.
- KotlerPhilip, KellerLaneKevin, KoshyAbraham, & JhaMithileshwar. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Opiida. (2014 年 April 月 18 日). Pengertian E-Marketplace. 检索来源: tokokhalista: <https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/18/pengertian-e-marketplace/>
- PrabowoDwiRhesa. (2020 年 April 月 22 日). detikinet. 检索来源: detikinet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4986463/hasil-analisis-perubahan-penggunaan-internet-efek-dari-pandemi-corona>
- SorrentinoM. (2013). *Creative Advertising: an Introduction*. UK: Laurence King Publising Ltd. .
- SweetowS. (2011). *Corporate Video Production Beyond the Board Room (And Out Of the Bored Room)*. UK: Elsevier inc.

