

DAFTAR PUSTAKA

- Alsabiyah, T., Hidayat, K., & Fanani, D. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada mahasiswa/mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan sepatu sneakers merek Converse).
- Andi Asari, d. (2023). *Komunikasi Digital*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Anak Hebat Indonesia.
- Clarke, A. (2016). *Learn Search Engine Optimization with Smart Internet Marketing Strategies*. Digital Book Guru.
- Diatmika, N. R., Suarjaya, I. D., & Wibawa, K. S. (2022). Perancangan User Interface dan User Experience Aplikasi Pemesanan Menu Restoran. *Ilmiah Teknologi dan Komputer Vol 3, Issue 2*.
- Edward, J. (2018). *Copywriting Secrets: How Everyone Can Use The Power Of Words To Get More Clicks, Sales and Profits... No Matter What You Sell Or Who You Sell It To!* Sanage Publishing House.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Inovasi 14 (1)*, 32-41.
- Isnanda, E. R., Susanto, A., Mubarak, A. F., Stephanie, E., Putra, D. A., Irawati, I., & Munajat, E. (2018). Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Mendukung Pemasaran Produk UMKM (Studi Kasus Kabupaten Subang, Jawa Barat). *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10.
- Kartsivadze, T. (2022). Copywriting In Social Media. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*. doi:https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/30122022/7924

- Kristiyono, J. (2022). *Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring*. Jakarta: Kencana.
- Luttrell, R. (2014). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*.
- Munnukka, J., Karjaluoto, H., Mahlamäki, T., & Hokkanen, V. (2017). Effects of Social Media on Consumers' Sports Brand Experiences and Loyalty.
- Nisa, M. M., & Ikhrum W., M. D. (2022). Search Engine Optimization, Integrated Marketing Communication, dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. doi:<http://dx.doi.org/10.21776/>
- Noviastuti, E. (2022). PROSES PRODUKSI KONTEN KECANTIKAN PADA FITUR INSTAGRAM REELS. 5.
- Putri, D. R. (2024). Manajemen Strategi Komunikasi untuk Mempromosikan Wisata Air Terjun Batu Tilam. *Skripsi*, 18-19.
- Putri, D. W., & Mormes, M. D. (2017). Analisis Strategi Perencanaan Pesan pada Akun Instagram E-commerce @thekufed. *The Messenger Volume 9*.
- Rizky, M. D. (2019). Apa itu UI dan UX.
- Rumefi, U. (2023). Analisis Faktor Determinan Customer Satisfaction Produk Keripik Pisang Ngemil Banana Chips.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A