

DAFTAR PUSTAKA

- Akhsin, S. (2022). *Pengaruh Copywriting dan Kualitas Visual Konten Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pengguna Instagram di Kelurahan Tanjung Selamat Medan*. Diakses 2 Mei 2025, dari <https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/18896/1/188320285%20-%20Syarif%20Akhsin%20Fulltext.pdf>.
- Aldino, P., Kamila, A., & Heryana, S. P. (2023). Membangun Jiwa Entrepreneurship Melalui Skill Copywriting. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 34–40.
- Antika, A., & Maknunah, L. L. U. (2023). Pengaruh Konten Marketing Terhadap Minat Beli Pengguna Tik Tok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Balitar Blitar Angkatan 2019). *Jurnal Sadewa: Publikasi Ilmu Pendidikan, Pembelajaran dan Ilmu Sosial*, 1(3), 11-22.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47.
- Ariasih, M. P., Rahmantari, N. L. L., & Mahendra, G. S. (2023). Exploring the influence of visual content quality marketing on impulse buying in tiktok shop the mediating role of copywriting. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1143-1151.
- Azizah, D. U., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh *Content Marketing* dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @Souvenirmurah_ta di Masa Pandemi. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 135–146.
- Erwin, E., Marsally, S. V., Nugroho, M. A., & Suryaningtiyas, Y. D. (2025). *Buku Ajar Social Media Marketing Analytics*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fauziah, F. (2022). Pengaruh Marketing Communication Caffe Kenangan Di Instagram Terhadap Minat Beli Pengunjung. *Journal For Business And Entrepreneurship*, 6(1), 1-12.
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun@ yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.
- Ghozali, Imam. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 21. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan *Digital Marketing*. *Jesya: Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 918–930.

- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Jurnal Magenta, STMK Trisakti*, 5(1), 726–739.
- Hasya, R. (2023). *Mayoritas Masyarakat Indonesia Tahu Info Iklan Produk dari Media Sosial, Iklan TV di Urutan ke-3*. Diakses 12 Februari 2025, dari <https://goodstats.id/article/survei-jakpat-mayoritas-masyarakat-indonesia-tahu-info-iklan-produk-dari-media-sosial-iklan-tv-di-urutan-ke-3-0KWHf>
- Hidayat, A. A. (2021). *Cara praktis uji statistik dengan SPSS*. Surabaya: Health Books Publishing.
- Hikmatullah, H., Soegiarto, A., Sari, W. P., Rosalina, I. F., & Imsa, M. A. (2025). Strategi Copywriting dalam Membentuk Brand Identity pada Konten Instagram@ izincoid. *Jurnal Komputer, Informasi dan Teknologi*, 5(1), 10-10.
- Husna, O. (2024). Pengaruh *Copywriting, Content Marketing* dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Mika Hijab Store Solo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Dan General*, 3(1), 333–343.
- Hussain, Z., Majeed, M. U., & Khan, A. (2024). The Impact of Visual *Content Marketing* on Customer Purchasing Behavior: Evidence from Pakistan's Fashion Industry. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, (14), 6-25.
- Jasmine, M. & Meena, B. (2025). Evaluating The Effectiveness Of Digital *Content Marketing* On The Online Purchase Intention Of The Customer. *Journal of Scientific Research and Technology*, 3(6), 47-51.
- Karno, A. I., & Sujarwadi, B. (2024). Pengaruh *Copywriting* Tiktok Hyalucera Moisturizer The Originote terhadap Minat Beli Masyarakat. Maeswara: *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 224–242.
- Khalil, I., Shihab, M. S., & Hammad, H. (2023). Pengaruh Konten dan *Copywriting* Instagram Terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(3), 307–317.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. London: Pearson Education Limited.
- Kumar, V., & Kotler, P. (2024). *Transformative Marketing: A Marketing 5.0 Perspective*. Palgrave Macmillan, Cham.
- Latif, D. (2022). *Media Sosial, Suatu Alternatif*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Madiyant, M. (2021). *Copywriting: Retorika Iklan dan Storytelling, Teori dan Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: UGM Press.
- Manic, M. (2015). Marketing Engagement Through Visual Content. *Series V: Economic Sciences*, 8(2), 89-94.
- Mayahi, S., & Vidrih, M. (2022). *The impact of generative ai on the future of visual Content Marketing*. Diakses 24 Juni 2025, dari <https://arxiv.org/abs/2211.12660>
- Mayasari, E. A., & Putra, Y. P. (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.
- Musman, A. (2021). *Copywriting: Melejitkan Jualan Online dengan Kalimat yang Membujuk*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Musman, A. (2023). *The Art of Copywriting: Cara Mudah Mendapatkan Konsumen dan Mencetak Cuan di Atas Rata-rata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Musnaini, Haudi & Haryati, D. (2021). *Pengantar Statistik Ekonomi*. Solok: CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Musnaini, S., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. Purwokerto: CV. Pena Persada Redaksi.
- Nadifah, K. N., & Indayani, L. (2024). Pengaruh Visual, *Copywriting*, dan *Public Speaking* pada Akun Media Sosial Instagram @Sidoarjokuliner dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Sidoarjo. *Kolokium: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 12(1), 74-89.
- NapoleonCat. (2024). *Instagram users in Indonesia*. Diakses 12 Februari 2025, dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/12/>
- Parwati, K. Y. (2024). Pelatihan *Copywriting* Untuk Meningkatkan Social Media Marketing Performace Pada Pelaku Bisnis Gen-Z. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1.1), 103–111.
- 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.
- Pratama, R. W., & Sungkono, S. (2023). Pengaruh Strategi *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Pada Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1382–1391.
- Prayoga, D. E. (2015). *Easy Copywriting: Contek Habis, Sampai Laris!*. Sukabumi: Delta Saputra.
- Rachmadillah, M. R., & Purnamasari, O. (2024). Pengaruh Konten Instagram Mills Terhadap Minat Beli: Survei Pada Followers Instagram@ Millssportid. *Terang: Jurnal Kajian Ilmu Sosial, Politik Dan Hukum*, 1(2), 69–82.

- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.
- Rahayu, R. O. C., & Mulyaningsih, H. D. (2021). Pengaruh *Content Marketing* dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 136-145.
- Ramli, R., Amir, A. S., Malik, D., Firmansyah, F., Pertiwi, H., Basri, B., Indra, I., Purnomo, K. D. M., Subekti, W., & Rusman, I. (2024). *Digital Marketing Content*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Ratnaparkhe, T. (2024). Statistik Belanja Instagram Utama untuk tahun 2024: Wawasan & Tip Teratas. Diakses 12 Februari 2025, dari <https://predis.ai/id/sumber-daya/statistik-belanja-instagram/>
- Rukminingsih, G. A., Adnan, G. & Latief, M. A. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan. Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas*, Yogyakarta: Erhaka Utama.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18-25.
- Sari, D. K., Pebriangga A., & Oetarjo M. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (12th Ed.)*. New York: Pearson Education Limited.
- Sharfina, N., & Anggraeni, R. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(1), 144-152.
- Shi, A., Huo, F., & Hou, G. (2021). Effects of Design Aesthetics on the Perceived Value of a Product. *Frontiers in Psychology*, 12, 1-11.
- Sopari, R. M., & Alawiyah, W. D. (2024). Pengaruh Visual Content Marketing Dan Copywriting Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung. *Ikraith-Ekonomika*, 7(3), 356-369.
- Statista. (2024). Instagram advertising and marketing - statistics & facts. Diakses 12 Februari 2025, dari <https://www.statista.com/topics/5286/instagram-marketing/#topicOverview>
- Susanti, E., Ladjin, S., Qadrini, L., Adoe, V. S., Supratman, M. & Arina, F. (2021). *Buku Ajar Statistika Untuk Perguruan Tinggi*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Tirtayasa, S., Khair, H., & Satria, Y. (2024). *Manajemen Pemasaran dalam Memoderasi Minat Beli Mobil Listrik*. Medan: Umsu Press.

- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vazquez, E. E., Patel, C., Alvidrez, S., & Siliceo, L. (2023). Images, reviews, and purchase intention on social commerce: The role of mental imagery vividness, cognitive and affective social presence. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74, 1-15.
- Wardhana, A. (2021). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wedel, M., & Pieters, R. (Eds). (2019). *Visual Marketing: From Attention to Action*. East Sussex: Psychology Press.
- Yasa, I. W. A. P., Putra, R. W., Kurniawan, H., Ruslan, A., Muhdaliha, B., Suryani, R. I., ... & Judijanto, L. (2024). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

