

## Daftar Pustaka

- Agustin, D. P., & Suyanto, A. M. A. (2022). Analysis of The Effectiveness of Social Media Promotion on Avoskin Skincare Products Measured by The Epic Model. *Asian Journal of Research in Business and Management*, 4(1), 231-239.
- Amira, N., & Nurhayati, I. K. (2019). Efektivitas fitur Instagram Sponsored sebagai media iklan/promosi (Studi pada iklan Tiket. com dengan metode EPIC model). *Journal Of Media and Communication Science*, 2(2), 116-126.
- Durianto, S. W. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya.
- Firmansyah, A.M. (2020) *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media. Tersedia dari qiaramedia.wordpress.com
- Hidayat, R., & Lutfie, H. (2020, March). The effectiveness of Cosmetic Product Advertising Using EPIC Model Through Beauty Vlogger on Youtube. In *Proceedings of the 2nd International Conference of Science and Technology for the Internet of Things, ICSTI 2019, September 3rd 2019, Yogyakarta, Indonesia*.
- Hasanah, N. (2016). Analisis Efektifitas Iklan Online Go-Jek Dikalangan Pengguna Media Sosial Di Kota Makasar. *Universitas Negeri Makasar*.
- Indah, D. &. (2017). Analisis efektifitas Iklan Media Televisi menggunakan EPIC Model pada produk A Mild di Kota Langsa. *Jurnal Penelitian EKonomi Akuntansi* .
- Indrawati, K. A. (2017). Efektifitas Iklan melalui Media Sosial Facebook dan Instagram sebagai salah satu strategi marketing Krisna oleh-oleh khas Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*.
- Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal ekonomi dan Kwirausahaan*.
- Pancaningrum, E., & Rahayu, W. A. (2017). The effectiveness of Facebook as an advertising strategic method using EPIC: A case study of Mie Jupe Jombang. *Chinese Business Review*, 16(7), 309-315.
- Pancaningrum, E., & Sari, D.K. (2019). Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara*, 2.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat

- Reyes, W., Serafico, N. M. (2018). Analysis of the Effectiveness of Promoted Listings Using the Method of EPIC Model. *Advances in Economics, Business and Management Research*,65.
- Shimp, Terence A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Tripiawan, W., Amani, H., &Wijaya, A.T. (2019). Effectiveness Analysis of Social Media Ads as A Promotional Media (Case Study: Instagram Taya.Id. *1st International Conference on Industrial and Manufacturing Engineering*.
- Yunita, D. (2016). ANALYSIS EPIC MODEL IN TOKOPEDIA ADVERTISING" VERSION ISYANA SARASVATI-BAD HAIR DAY" IN MEDIA TELEVISION. *Repository Unsri*, 630-648.