

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardhi, M. B. (2018). EPIC Model dan Direct Rating Method Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Batagor Hanimun Di Kota Cimahi. *Telkom University*, 13-16.
- Febrianti, A. I. (2018). Efektivitas Iklan Dan Event Berdasarkan Metode EPIC Model (Studi Kasus Pada Radio Play99ers 100FM Bandung 2018). *Telkom University*, 27-38.
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Yogyakarta: CV Budi.
- Miranda, E. A. (2021). Efektivitas Iklan Finewale Pada Media Sosial Instagram Di Kota Bandung. *Telkom University*, 13-29.
- Nabila, N. M. (2018). Efektivitas Iklan JNE Melalui Media Sosial Instagram Menggunakan Metode EPIC. *Telkom University*, 30-40.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Puspa Rini, R. L. (2021). Analisis Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Indihome Bandung Menggunakan Metode EPIC Model. *Telkom University*, 20-32.
- Riyanto, A. D. (2022, Februari 15). *Hootsuite (We are Sosial): Indonesian Digital Report 2022*. Retrieved from andi.link: <https://andi.link>
- Rosa Dewi, M. Z. (2017). Efektivitas Iklan Media Televisi Menggunakan EPIC Model (Studi Kasus Produk A Mild Di Kota Langsa. *Universitas Samudra*, 27-36.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.