

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. (2023). *Analisis Efektivitas Pemasaran Melalui Sosial Media Instagram Berdasarkan Pendekatan EPIC Model* (Studi Pada Blooms Bekasi Tahun 2023). Bandung. Skripsi, Universitas Telkom.
- Adisya R., Krisnayanti., Berto. (2021). "Efektivitas Strategi Iklan dengan Menggunakan Instagram Ads untuk Meningkatkan Penjualan dan Branding Produk: Studi Kasus Privet.id". *Sains dan seni ITS Journal*. Vol. 10 No. 1. Hal 2337-3520.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ardhi, B. M., & Sastika, W. (2018). *EPIC Model Dan Direct Rating Method: Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Batagor Hanimun Di Kota Cimahi Tahun 2018*. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2), 985–993.
- Ariyanti, Mega Putri, and Ati Mustikasari. "Analisis Efektivitas Iklan Produk Peralite Pada Media Televisi Dengan Menggunakan Epic Model (studi Kasus Pt Pertamina Persero Bandung 2018)." *eProceedings of Applied Science* 4.3 (2018).
- Asosiasi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023). "Tentang survei pengguna internet". *Online*. Tersedia: <https://apjii.or.id/> [10 Desember 2023].
- Assauri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran* (14th ed). PT Raja Grafindo Persada.
- Astri Wulandari, bethani Suryawardani, Fanni Husnul, and Widya Sastika. "The Effect of Internal Marketing (IM), External Marketing (EM), and Interactive Marketing (ITM) on Decision to be a Customer of Mandiri Bank in Bandung".

eProceedings of Applied Science (2019).

Azis, Abdul. *“Analisis Efektivitas Iklan Gojek Versi Cerdikiawan di Televisi Sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model”*
(2021)

Putra, Syafiq Setiawan Sumana, and Astri Wulandari. *"Efektivitas Iklan Motor Vespa Melalui Media Sosial Instagram Dengan Menggunakan Metode Epic (studi*

Pada Konsumen Vespa Di Kabupaten Bandung Selatan Tahun 2018)." eProceedings of Applied Science 5.1 (2019).

Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*.

Surabaya: Qiara Media.

Ghaida, syifa amalia, and Yusiana, Rennyta. "Analisis Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram SMB Telkom Menggunakan EPIC Model dan Direct Rating Method Tahun 2022." eProceedings of Applied Science 8.5 (2022)

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*.

Semarang. Badan penerbit Universitas Ponogoro.

Gissany, F. (2022). *Studi Fenomenologi: Perkembangan Beauty Enthusiast di Media Sosial*. Pekanbaru. Skripsi, Universitas Islam Riau.

Greenlight.com. (2025). "Tentang Greenlight". Online. Tersedia: <https://greenlight.co.id/> [1 Februari 2025].

Hurriyati, Ratih. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta

Khairunnisa, Khalila Widyaseta, and Astri Wulandari. "Analisis Strategi Promosi Pada Penjualan Telkomsel Orbit Di Kota Madiun (Studi Kasus Pada PT. Telkom Witel Madiun Tahun 2022)." eProceedings of Applied Science 8.5 (2022).

Keller, K., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Brand Image*.

(Vol. 5). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong. (2019). *Marketing 4.0*. Jakarta: Gramedia

Kotler, & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. New Jersey: Pearson

Pestice Hall, Inc.

Kotler, Armstrong, & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing (Electronic Version)*. Pearson Education South Asia Pte Limited.

Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.

Maulidiyah, Faroh. *Pendekatan EPIC model terhadap efektivitas periklanan: Studi pengguna Tokopedia Jenis Waktu Indonesia Belanja pada media Youtube di Malang Raya*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021.

Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2012). IBM SPSS Exact Tests. 1-236.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Edisi 6. Buku 1. Cetakan kedua. Jakarta Selatan. Salemba Empat.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Edisi 6. Buku 2. Jakarta Selatan. Salemba Empat.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1 : Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.

Shevina, A. (2023). *Analisis Efektivitas Sosial Media Marketing Campaign Produk Sambungan Langsung Internasional Dengan Menggunakan Metode Epic Model*. Bandung. Skripsi, Universitas Telkom.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wulan Sastika, Astri Wulandari, and Fanni Husnul. “*Customer Response Index (CRI): Pengukuran Efektivitas Iklan Smartphone Vivo V7+*

Agnes Monica".
eProceedings of Applied Science (2018).