

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P;Kevin,L.K. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Erlangga: Jakarta
- Kotler, P; Amstrong. 2008. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Erlangga: Jakarta
- Rahayu; Deny, D. 2012. *Pengaruh iklan dengan EPIC model pada media televisi terhadap sikap penonton (studi kasus pada iklan minuman isotonik fatigon hydro versi “macet” di kota Pekanbaru)*. Vol. 2 No. 6, Universitas Riau.
- Yet, S;Paham,G. 2013.*Analisis efektivitas iklan TV sirup markisa dengan pendekatan EPIC model PT. Maju jaya pohon pinang pada konsumen swalayan macam Yaohan Merak Jingga Medan*. Vol. 9 No. 1, Universitas Sumatera Utara.
- Riyantoro; Ati. 2013. *Efektivitas iklan melalui jejaring sosial sebagai salah satu strategi pemasaran kripik pedas maicih*. Vol. 5 Proceeding PESATBandung.
- Christian, M. 2014. *Analisis pemetaan efektivitas iklan produk pada media online banner ADS dengan menggunakan model EPIC*. Vol. 10 No. 2, Universitas Bunda Mulia.
- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Bestriandita,D; Edy W. 2017. *Analisis perbandingan efektivitas menggunakan EPIC model terhadap mahasiswa UII Yogyakarta*. Vol. 1 No. 1, Universitas Islam Indonesia.
- Sapolo, H; Maria. 2017. *Efektivitas iklan Bukalapak di youtube dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian*. Vol. 4 No. 2, Telkom Universitas Bandung.
- Dinda, A, Donatella R; Irwansyah. 2018. *Efektivitas iklan youtube Traveloka terhadap keputusan pembelian*. Vol. 3 No. 1. Universitas Indonesia.
- Marketing & communication(MIX)*. 2018.*Penetrasi iklan pada 2018*.
- Pancaningrum, Erminati dan Dwi Kartika Sari. 2019. Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi. JAD No.2Vol.1. diakses pada 01 januari 2022.
<https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/44>
- Martono, Siswo dan Hardman Budiarto. 2021. Analisis Efektivitas Iklan Lembaga Pendidikan Tinggi Melalui Media Sosial Tiktok Dengan Pendekatan Epic Model. diakses pada 01 januari 2022.
https://scholar.google.co.id/scholar?q=martono+siswo+analisi+efektivitas&hl=id&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar#d=gs_qabs&u=%23p%3Dt4wUuGIduSYJ
- Bestriandita, Dian dan , Edy Widodo. Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Menggunakan EPIC Model Terhadap Mahasiswa UII Yogyakarta. diakses pada 01 januari 2022.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=dian+bestriandita&aq=Dian+bestri#d=gs_qabs&u=%23p%3DdOtex2G3LAAJ

Indah, Dewi Rosa.2017. Analisis Efektifitas Iklan Media Televisi Menggunakan EPIC Model (Studi Kasus Produk A Mild di Kota Langsa). diakses pada 01 januari 2022.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=dewi+rosa+indah+anlisis+iklan+media&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D3T0jsNrpQHsJ

Febrianti, Agatha Indah., dkk. 2018. Efektivitas Iklan Dan Event Berdasarkan Metode Epic Model (Studi Kasus Pada Radio Play99ers 100 Fm Bandung 2018). diakses pada 01 januari 2022.

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=Agata+indah+Febrianti+efektivitas+iklan+dan+event&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D7uIudtLwHt0J

Id techinasia, 2017. *Perkembangan e-commerce*, <<https://id.techinasia.com>>diakses pada 3 agustus 2018, 20.30 WIB

JD.ID, 2017. *Perkembangan e-commerce JD.ID*, <<https://www.jd.id>> diakses pada 3 agustus 2018, 20.30 WIB

Youtube, 2018.*Iklan JD.ID*, <<https://www.youtube.com>> diakses pada 20 oktober 2018, 21.30 WI