

DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, Bahri. 2016. *Analisis pengaruh endorser di social media terhadap keputusan pembelian menggunakan metode (AISAS)*. Jurnal Manajemen Vol. 1, No. 1, Oktober 2016
- Bram, Farola Yudi. 2015. *Analisis Efektivitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan dan Penerbitan PT. Rambang dengan Menggunakan Metode EPIC Model*. Jurnal Manajemen Vol. 12, No. 5, Juli 2015: 7 – 20
- Dewi, Kurnia. 2014. *Analisis Efektivitas Iklan pada Media Televisi (Studi Kasus Pada Produk Tebs di Kota Bogor)*. Institut Pertanian Bogor
- Hana dan Agus. 2016. *Komodifikasi Hijab Dalam Iklan Kosmetik Sophie Paris Versi “Natural & Halal” Di Televisi*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol 1 No.5
- Indriarto, Fidelis. 2016. “*Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan.*” Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 5, No. 3, pp.243-268
- Ismail,T, Diva.2021. *Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung*. Palimpsest: Journal of Information and Library Science Vol 12, Issue 1, 2021, page 37-47
- Istiadi, Lilik. 2017. *Citra Wanita dalam Iklan di Televisi (Analisis Terhadap Iklan Larutan penyegar Cap Kaki Tiga)*”. UIN Walisongo Semarang.
- Jimy, Satria. 2012. *Efektifitas Iklan Media Televisi Djarum Super My Great Adventure Menggunakan EPIC Model Pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang*”. Universitas Brawijaya Malang
- Johar, Diah. 2017. *Pengaruh Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survei Pada Pembeli di Toko Online Adorable Project)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12
- Kotler, Philip. 2013. “*Prinsip-prinsip Pemasaran*”. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Mahpudin. Nirfan. 2018. *Efektivitas Merek Personal Dalam Membentuk Merek Korporat Menggunakan Epic Model (Studi pada Merek Yussy Akmal Bread and Cake di Kota Bandar Lampung)*. Universitas Lampung
- M. Bahrul. 2017. *Pengaruh Iklan Media Cetak Dan Online Terhadap Minat Memilih Perguruan Tinggi*. Manajemen Fakultas Ekonomi dan

Manajemen, Universitas Lampung

- Octavina, Rahayu. 2019. *Pengukuran Efektivitas Iklan Televisi Kartu Seluler Axis Versi "Joni Blak-Blak" Dengan Pendekatan Epic Model. Kecamatan Lowokwaru Kota Malang*. Jurnal Manajemen Vol. 9, No. 1, Oktober 2019: 76 – 90
- Perbangsa, Pagsi Surya. 2013. *Analisis Efektivitas Iklan Pada Media Televisi (Studi Kasus Pada Produk Vitazone Di Universitas Diponegoro)*. Universitas Diponegoro
- Puspitasari, Ninda. 2012. *Efektifitas Iklan Social Media (Analisis EPIC Model Iklan "Maicih" Pada Konsumen Follower Twitter Di Kota Yogyakarta)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Ricky dan Rezi. 2021. *Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Pesan Iklan, Kreativitas Iklan terhadap Efektivitas Iklan Gojek Cerdikiawan*. Prologia EISSN 2598-0777 Vol. 5, No. 1, Maret 2021, Hal 88-93
- Rofiq, Abdul dkk. 2017. *Pengaruh Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 1 (1).
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. CV. ALFABETA. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *"Pemasaran Jasa"*. Yogyakarta. Andi
- Triani dan Ama. 2019. *Analisa Efektivitas Iklan Web Series Dengan Menggunakan Epic Model*. JMM Online Vol. 3 No. 1 Januari (2019) 84-95
- Virginia dan Lina. 2020. *Analisis Aisas Model Terhadap "BTS EFFECT" Sebagai Brand Ambassador Dan Influencer*. Journal Komunikasi, Vol 11 No.2 September 2020 P-ISSN 2086-6178 E-ISSN 2579-3292
- Warpindyastuti, D, Lady. 2022. *Analisa Efektivitas Iklan PHD dengan Metode Customer Response Index*. Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika Volume 20 No. 2 September 2022 P-ISSN 1411-8637 E-ISSN 2550-1178
- Wicaksono, Arief. 2018. *Analisis Aisas (Attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Penonton Iklan Line Versi Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta (AADC) Pada Youtube Di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 1 (2). Universitas Sriwijaya. Palembang.