

DAFTAR PUSTAKA

Cendriyansyah, Y., & Trenggana, A. F. M. (2019). Analisis Efektivitas Iklan Sosial Media Instagram Menggunakan Metode Epic Model Pada Eduplex Coworking, Bandung. *eProceedings of Management*, 6(1).

Daryodi, P. K., & Hanifa, F. H. (2019). Efektivitas Iklan Indihome Melalui Instagram Dengan Menggunakan Metode Customer Response Index (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung 2019). *eProceedings of Applied Science*, 5(2).

Dewi, P. M., & Trianasari, N. (2019). Efektivitas Iklan Youtube Teh Botol Sosro (studi Epic Model Pada Iklan Youtube “# hariuntukberbagi”). *eProceedings of Management*, 6(1).

Fatimah, S., & Nosita, F. (2019). ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN RAMAYANA BERBASIS EPIC MODEL PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 39-54.

Girsang, R.M.,Lasmery. (2017). PENGUKURAN EFEKTIVITAS IKLAN (STUDI KOMPARASI: IKLAN MEDIA CETAK DAN IKLAN MEDIA ONLINE). *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(2), 68-86.

<https://www.google.com/amp/s/m.tribunnews.com/amp/bisnis/2019/08/21/pakai-pendekatan-cerita-humor-iklan-gojek-di-youtube-bius-penonton>

Kotler, Philip dan K.L Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta : Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat dan Ridho B. I. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.

- Makarim, M. H., & Sastika, W. (2019). Efektivitas Iklan Indomie Versi Ramadhan Di Media Televisi Menggunakan Metode Epic (emphaty, Persuasion, Impact, Dan Communication) Di Kota Bandung 2018. *eProceedings of Applied Science*, 5(1).
- Pratama, D. R., Suhendra, A. A., & Aurachman, R. (2019). Efektivitas Iklan Jasa Paidpromote Pada Followers Akun Tumbler Line@ Indonesia Menggunakan Metode Customer Response Index Konsep Aisas. *eProceedings of Engineering*, 6(2).
- Riyantoro, B., & Harmoni, A. (2013). Efektivitas iklan melalui jejaring sosial sebagai salah satu strategi pemasaran keripik pedas maicih. *Prosiding PESAT*, 5.
- Sahar, S. H., & Sastika, W. (2018). Efektivitas Iklan Prudential Di Media Sosial Instagram Menggunakan Metode Customer Response Index Di Kota Bandung 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(3).
- Sanusi, Anwar. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi 7 Jilid 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Saputra, M., & De Yusa, V. (2019). ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN DAN BRAND AWARENESS PROGRAM PASCASARJANA IIB DARMAJAYA DI BANDAR LAMPUNG. *DERIVATIF: Jurnal Manajemen*, 13(2).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Wijaya, A. T., Amani, H., & Tripiawan, W. (2018). Analisis Efektivitas Iklan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Kasus: Instagram Taya. Id). *eProceedings of Engineering*, 5(1).

- Winata, A., & Magdalena, B. (2017, November). EVALUASI EFEKTIVITAS PROGRAM PENGGUNAAN PLASTIK BERBAYAR PADA USAHA RITEL DI KOTA BANDAR LAMPUNG. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, No. 1, pp. 21-34).
- Wirapraja, A., & Sugito, F. A. (2018). PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP TINGKAT MINAT BELI MIE INSTANT. *JURNAL EKSEKUTIF*, 15(1), 98-113.
- Wulandari, A., Hanifa, F. H., & Sastika, W. (2019). EFEKTIVITAS IKLAN SEPATU SAINT BARKLEY MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN MENGGUNAKAN METODE EPIC. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(2), 18-24.