

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 PESAT Bandung.
- 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*.

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 WIB