

DAFTAR PUSTAKA

(n.d). Retrieved from Tiktok:

<https://www.tiktok.com/about>

Agung, M., & Yustine, T. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen (Vol. 22, Issue 1). <Http://Jurnaltsm.Id/Index.Php/Jba>

Ainiyah, A., & Fakhrina Fahma, D. (2020). Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC 2020.

Andriana, D., & Setiono, H. (2022). Efektivitas Iklan Go Instant Versi Ariel Noah @Gosenindonesia Menggunakan *EPIC Model*. *Jurnal Pariwisata*, 2(2). <Https://Jurnal.Bsi.Ac.Id/Index.Php/Pariwara>

Ardhi, B. M., & Sastika, W. (2018). *Epic Model* Dan Direct Rating Method : Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Batagor Hanimun Di Kota Cimahi Tahun 2018 (Issue 1). <Https://Perantara.Net/Perubahan-Trend-Iklan->

Baharsyam, S., & Wahyuti, D. T. (N.D.). Strategi Penggunaan Key Opinion Leader (Kol) Di Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk Sania Royale Soya Oil.

Bestriandita, D., Widodo, E., & Artikel, R. (2017). Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Menggunakan *EPIC Model* Terhadap Mahasiswa UII Yogyakarta. *Seminar Nasional Integrasi Matematika Dan Nilai Islami*, 1(1), 214–220.

Chowdhury, T. A., & Tushi, T. E. (2016). Advertising Effectiveness Of Different Media In Promoting Technology-Oriented Ideas Among Young Consumers: A Multidimensional Study. *Journal Of Asia-Pacific Business*, 17(4), 293–317. <Https://Doi.Org/10.1080/10599231.2016.1235956>

Dinda, A., & Rara, D. (N.D.). Efektivitas Iklan Youtube Traveloka Terhadap Keputusan Pembelian (Studi *EPIC Model* Pada Iklan Youtube “Saat Memesan Tiket Pesawat Tak Lagi Ribet” Pada Karyawan Di Jakarta).

Dwi, A., & Utami, W. (N.D.). *Arty: Jurnal Seni Rupa Analysis Of Poster Redesign Effectiveness As A Promotional Media (Case Study: Amdk Mada) Analisis Efektivitas Redesain Poster Sebagai Media Promosi (Studi Kasus : Amdk Mada)*. <Http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Arty>

Ernestivita, G., & Nusantara PGRI Kediri, U. (2020). Media Promosi Produk UMKM Dengan Menggunakan *EPIC Model*. 7(1), 1–14. <Https://Doi.Org/10.29407/E>

- Fatimah STIE Pancasetia Banjarmasin, S., Selatan Firda Nosita Stie Pancasetia Banjarmasin, K., & Selatan, K. (2019). Analisis Efektivitas Iklan Ramayana Berbasis *Epic Model* Pada Media Sosial Youtube (Vol. 11, Issue 1).
- Helinsha, M., & Margawati, M. (2022). The Influence Of Social Media Instagram Toward Purchase Decision Making Process In Organicsupplyco. *Journal Of Communication & Public Relations*, 1(2), 31. <https://doi.org/10.37535/105001220224>
- Kurnia, E., Daulay, R., & Aisha, N. (2022). Analisis Efektivitas Promosi Media Sosial Dengan Menggunakan Metode *EPIC Model* Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Kota Medan. In Balance (Vol. 1, Issue 2). www.medantalk.com
- Lisawati, P. (N.D.). Efektivitas Iklan Pada Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Bisnis Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dengan Menggunakan Metode.
- Liu Y, Chiu DKW, Ho KKW. (2023). Short-Form Videos For Public Library Marketing: Performance Analytics Of Douyin In China. *Applied Sciences*. 2023; 13(6):3386. <https://doi.org/10.3390/app13063386>
- Lutfie, H., & Marcelino, D. (2020). Creating Online Purchase Decision And Brand Image Based On Advertising Effectiveness With *Epic Model*. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 346. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i3.003>
- Oktafani, F., & Suryawardani, B. (2019). The Effectiveness Of Short Message Service Advertising Using *EPIC Model* On Consumer Perception And Purchase Intention. *Journal Of Physics: Conference Series*, 1375(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1375/1/012091>
- Pramana, (2022). Pengaruh Terpaan Iklan Harbolnas Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Produk Kecamatan Manggala Kota Makassar, E021181510.
- Prof. Dr. Ari Saptono, S. E. , M. Pd. (2023). Pedoman Skripsi Riset Sarjana Terapan FE UNJ.
- Putri, G. H., & Patria, B. (2018). Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram Terhadap Minat Beli Remaja Putri. *Gadjah Mada Journal Of Professional Psychology (Gamajpp)*, 4(1), 33. <https://doi.org/10.22146/gamajpp.45347>
- Riyantoro, B., & Harmoni, A. (2013). Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih. *Teknik Sipil*), 5.
- Tripiawan, W., Amani, H., & Wijaya, A. T. (2019). Effectiveness Analysis Of Social Media Ads As A Promotional Media (Case Study: Instagram Taya.Id). *IOP*

Conference Series: Materials Science And Engineering, 505(1).
<https://doi.org/10.1088/1757-899X/505/1/012095>

Tyas Untari, D., & Satria, B. (2019). Measuring Website Effectiveness In Communicating Tourism Destinations In Jakarta, Indonesia. In African Journal Of Hospitality, Tourism And Leisure (Vol. 8, Issue 4). <http://www.ajhtl.com>

Widianti, K., & Judisseno, R. K. (2020). Strategi Pemilihan Key Opinion Leader Dalam Membangun Brand Awareness Pada Event Rebranding OLX. In Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis & MICE (Vol. 1, Issue 1).

Yunita, D. (N.D.). Analysis *Epic Model* In Tokopedia Advertising “Version Isyana Sarasvati-Bad Hair Day” In Media Television.

