

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Cahyadi, D., Gumanti, M., Bachry, B., Sistem Informasi, P., Bakti Nusantara, I., Raden Intan Lampung, U., Lampung, B., Wisma Rini No, J., & Lieutenant Colonel Endro Suratmin, J. H. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Bidang Usaha Budidaya Jamur Tiram Di Pekon Podosari* (Vol. 5, Issue)
- Almaida, F. A., & Nugrahani, R. U. (2019). *Analisis Pengelolaan Konten Digital Marketing Media Sosial Institut Français Indonesia Bandung* (Vol. 15).
- Amira, N., & Nurhayati, I. K. (2019). Efektivitas Fitur Instagram Sponsored Sebagai Media Iklan/Iklan (Studi Pada Iklan Tiket.Com Dengan Metode Epic Model) 1 Effectiveness Of Instagram Sponsored As Advertising/Promotion Media (Study Of Tiket.Com Advertisement With Epic Model Method). In *Jcomm Sci-Journal Of Media And Communication Science* (Vol. 116, Issue 2).
- Arisna, P., Juliwardi, I., & Qudraty, M. (2023). Analisis Epic Model Terhadap Efektivitas Video Promosi Melalui Media Sosial. *Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business And Management*, 3(1). <https://doi.org/10.53363/Buss.V3i1.152>
- Budi, I., Pengukuhan, P., Besar, G., Bidang, T., & Komputer, I. (N.D.). *Analisis Media Sosial Sebagai Upaya Dini Deteksi Potensi Konflik Masyarakat Di Dunia Maya*.
- Bulmer, S., Palakshappa, N., Dodds, S., & Harper, S. (2024). Sustainability, Brand Authenticity And Instagram Messaging. *Journal Of Business Research*, 175. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114547>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024a). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. <https://doi.org/10.38035/Jim.V3i1>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024b). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. <https://doi.org/10.38035/Jim.V3i1>
- Cendriyansyah, Y., Ferlina, A., & Trenggana, M. (N.D.). *Analisis Efektivitas Iklan Sosial Media Instagram, Menggunakan Metode Epic Model Pada Eduplex Coworking, Bandung The Effectiveness Analysis Of Sosial Media Instgaram Ad With Epic Model, At The Eduplex Coworking, Bandung*.
- Chen, P., & Li, C. (2024). Analysis Of Instagram Media Marketing Strategy Of Li-Ning Based On 4i Theory. *Modern Economy*, 15(03), 321–334. <https://doi.org/10.4236/Me.2024.153016>

- Dea Putri Agustin. (2022). Analysis Of The Effectiveness Of Social Media Promotion On Avoskin Skincare Products Measured By The Epic Model. *Asian Journal Of Research In Business And Management*. <https://doi.org/10.55057/Ajrbrm.2022.4.1.19>
- Dickinson, B., Rosianna, M., & Amraeny, I. (2024). Pengaruh Khalayak Media Sosial Terhadap Live Tiktok Capres-Cawapres 2024. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(6).
- Duet, J., Shi, X., Zeng, D., & Mukherjee, B. (N.D.). *Doubly Robust Causal Inference Through Penalized Bias-Reduced Estimation: Combining Non-Probability Samples With Designed Surveys*.
- Durianto, & Darmadi. (2013). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ega, H., Politeknik, R., Malang, N., Sudjanarti, D., & Malang, P. N. (2024). Optimalisasi Iklan Dengan Reels Instagram Menggunakan Adobe Premier Pro Pada Umkm Dapoer Oma Lies Malang. 2(6), 876–884. <https://doi.org/10.61722/Jiem.V2i6.1720>
- Ernestivita, G., & Nusantara Pgri Kediri, U. (2020). *Media Iklan Produk Umkm Dengan Menggunakan Epic Model*. 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.29407/E>
- Febriana, b., pratiwi, n., & dwijayanti, r. (2021). Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen kedai kopi ruang temu kabupaten tulungagung). *Jurnal pendidikan tata niaga (jptn)*, 9.
- Fika, A., Rizki, D., & Sadat, A. M. (2024). Mengukur Tingkat Efektivitas Iklan Saus Abc Pada Media Televisi Menggunakan Pendekatan Epic Model. In *Jurnal Multidisiplin Inovatif* (Vol. 8, Issue 4).
- Fresilia Atika. (2024). 07.+Atika.
- Gede Edy Artana, I., Triandini, E., & Pramana Hostiadi, D. (2024). Prosiding Seminar Hasil Penelitian Informatika Dan Komputer. *v Spinter*, 1(2), 2024. <https://scholar.google.com>.
- Instagram.com. (2024, January 24). Instagram Kopi Sejuta Jiwa. <https://www.instagram.com/kopisejutajiwa.id/>
- I Wayan Astu Upekca, Willy Dery Adrian, Yudha Syafendra, & Arnolt Kristian Pakpahan. (2022). Antaseden Dari Word Of Mouth Pada Kedai Kopi Lokal Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 27(3), 441–459. <https://doi.org/10.24912/je.v27i3.1175>
- Jati, A. (2024). Membuat Feed Instagram Untuk Iklan Identitas Merek Di Yo Kedai. In *Interaction: Communication Studies Journal* (Issue 1). <https://doi.org/10.Xxxxx/Xxxxx>

Kompasiana.com. (2024, January 24).Sepeda Listrik Kopi Sejuta Jiwa
<https://www.kompasiana.com/kecap6355/67812ae4c925c4522a5654c2/kopi-sejuta-jiwa>

Kuřinskas Gedas. (2024). 497-Article Text-4287-1-10-20240715 (1).

Laila, R., Rini, P., Rahim Thaha, A., & Mustikasari, A. (2021). *Analisis Efektivitas Iklan Media Sosial Instagram Indihome Bandung Menggunakan Metode Epic Model Analysis Of Effectiveness Instagram Social Media Advertising Indihome Bandung By Using Epic Model Method.*

Mihajlović, A., Gajić, J., & Papić, T. (2024). Analysis Of The Cost-Effectiveness Of The University Instagram Marketing Campaign Using A/B Testing. *Proceedings Of The International Scientific Conference - Sinteza 2024*, 266–273. <https://doi.org/10.15308/Sinteza-2024-266-273>

Miranda¹, E. A., & Hidayat², R. (2021). *Efektivitas Iklan Firewall Pada Media Sosial Instagram Di Kota Bandung Tahun 2021 The Effectiveness Of Finewaleads On Instagram Social Media In Bandung 2021.*

Muis, M. A., Juhari, J., & Rachmawati, M. (2021a). *Analysis Of The Effectiveness Of Pb Djarum Advertising Scholarship Using The Epic Method In 2020.* 2(3). <https://doi.org/10.31933/Dijms.V2i3>

Muis, M. A., Juhari, J., & Rachmawati, M. (2021b). *Analysis Of The Effectiveness Of Pb Djarum Advertising Scholarship Using The Epic Method In 2020.* 2(3). <https://doi.org/10.31933/Dijms.V2i3>

Napitupulu Et Al. (2022). Pengaruh Iklan Dan Iklan Penjualan Shopee. *Napitupulu Et Al.*

Noguti, V., & Waller, D. S. (2024). How The Time Of Day Impacts Social Media Advertising Outcomes On Consumers. *Marketing Intelligence And Planning*, 42(3), 418–437. <https://doi.org/10.1108/Mip-04-2023-0172>

Novanda, R. R. (2023). Promotion Effectiveness Of Small Scale Enterprises (Smes) In Indonesian Unicorn Marketplace. *International Journal Of Accounting And Management Information Systems*, 1(1), 33–44. <https://doi.org/10.35912/Ijamis.V1i1.1467>

Nur Millatina, A., & Hamidah Mujahidah Dan Sri Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. In *Jurnal Penelitian Ipteks* (Vol. 5, Issue 1).

Nuseir, M., & Refae, G. El. (2024). The Impact Of Digital Advertising Channels On The Customer Buying Behavior: The Moderating Task Of Advertising Strategies. *International Journal Of Data And Network Science*, 8(4), 2435–

2444. <https://doi.org/10.5267/J.Ijdns.2024.5.014>

Osadchaya, E., Marder, B., Yule, J. A., Yau, A., Lavertu, L., Stylos, N., Oliver, S., Angell, R., De Regt, A., Gao, L., Qi, K., Zhang, W. Z., Zhang, Y., Li, J., & Alrabiah,

Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., Gigih Permana, B., Kabupaten, P. B., Serdang, D., & Utara, S. (2024). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Journal on Education*, 06(02).

Sinta. (2024). To Chatgpt, Or Not To Chatgpt: Navigating The Paradoxes Of Generative Ai In The Advertising Industry. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/J.Bushor.2024.05.002>

Pedoman Skripsi Riset Sarjana Terapan FE UNJ. (2023).

Pratama, A., & Kurniawan, D. E. (N.D.). *Development Of Motion Graphic As Educational Material For Hotel Promotion Using Epic Model Testing*. 6(1).

Pratama, A., & Kurniawan, D. E. (2021). *Development Of Motion Graphic As Educational Material For Hotel Promotion Using Epic Model Testing*. 2021, 6(1).

Puspita, B., & Fitriani, A. (2021). Peran Konsumsi Kopi terhadap Kejadian Hipertensi pada Laki-Laki Usia Produktif (18-65 Tahun). *Muhammadiyah Journal of Nutrition and Food Science (MJNF)*, 2(1), 13. <https://doi.org/10.24853/mjnf.2.1.13-23>

Puspita, L., 1✉, K., Maryanti, S., Kalbuadi, A., & Hikmi, H. C. (2024). *Analisis Efektivitas Iklan Shopee Menggunakan Epic Model*.

Putri, L. T., Putra, R., & Setiawan, A. (2022). Analysis Of Promotion Effectiveness Using Instagram Social Media At Zaky & Dicky Cafe. *Khazanah Sosial*, 4(2), 339–352. <https://doi.org/10.15575/Ks.V4i2.17298>

Putri, M., 1✉, C., Tri, R., & Wardani, I. (2024). Pembuatan Media Iklan Berbasis Company Profile Video Dengan Aplikasi Sony Vegas Pro 13 Pada Tidar Property Group Kota Malang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4.

Reyes, W., Serafico, N. M., Hendrayati, H., & Ramdhan, A. (2019, May 27). *Analysis Of The Effectiveness Of Promoted Listings Using The Method Of Epic Model*. <https://doi.org/10.2991/Icebef-18.2019.22>

Qurratu'aini Salsabila, K., & Sari, D. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 265–272. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1626>

Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N.

- A., Gigih Permana, B., Kabupaten, P. B., Serdang, D., & Utara, S. (2024). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Journal on Education*, 06(02).
- Siska Aulia. (2024). Persepsi Interpersonal Yang Terjadi Akibat Media Sosial Diera Digital.
- Siti Wulandri. (2019). Efektivitas Iklan El's Coffee Menggunakan Epic Model.
- Socialblade.com. (2024, January 24). Engagement rate Instagram Kopi Sejuta Jiwa <https://socialblade.com/instagram/user/kopisejuta jiwa>
- Sofatur Rizky, M., Aguspriyani, Y., & Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, P. (2023). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dalam Mengatasi Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Syariah Indonesia. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3. <https://doi.org/10.8734/Mnmae.V1i2.359>
- Tully, K. L. (2024). The Role Of Narcissistic Personality Traits In The Affective Experience Of Using Instagram. https://digitalcommons.liu.edu/brooklyn_fulltext_dis/43
- Widodo, G., & Bahrin, K. (2023). Efektivitas Pemasaran Melalui Sosial Media Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Toko Dizla Land Hijab Store Dengan Pendekatan Metode Aisas. In *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains* (Vol. 4, Issue 1). www.jurnal.umb.ac.id
- Virgi Septian. (2022). Pengukuran Efektivitas Iklan Social Media Instagram @Go_Thaitea_Official Dengan Menggunakan Metode Epic Tahun 2022 Measuring The Effectiveness Of Instagram @Go_Thaitea_Official Social Media Advertising Using The Epic Method In 2022.
- Yunus. (2021). Analisis Efektivitas Iklan Online Go. Analysis Of Promotion Effectiveness Using Instagram Social Media
- Yusrika, S. S. (2022). Analisis Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Instagram Pada Akun Resmi Ak Phone Dengan Pendekatan Epic Model Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Oleh: Siska Septa Yusrika Nim: C1b018234.

Intelligentia - Dignitas