

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D., Maharani, D., & Putra, G. M. (2024). Penerapan Microsoft Power BI dalam Pengolahan dan Visualisasi Data Statis dan Interaktif. *Interaksi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 46-50.
- Alsharji, A., Ahmad, S.Z., Jabeen, F., 2017. Factors Affecting Social Media Adoption in SMEs: Evidence from the UAE. *Acad. Manag. Proc.* 2017, 12425. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2017.12425abstract>
- Akbar, D.I. and Kusumasari, I.R., 2024. EFEKTIVITAS PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA FAST ARCHERY SURABAYA. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(6), pp.101-110.
- Anshari, M.I., Nasution, R., Irsyad, M., Alifa, A.Z. and Zuhriyah, I.A., 2024. Analisis Validitas dan Reliabilitas Butir Soal Sumatif Akhir Semester Ganjil Mata Pelajaran PAI. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(1), pp.964-975.
- Arikunto, S., 2013. PROSEDUR PENELITIAN SUATU PENDEKATAN PRAKTIK / SUHARSIMI ARIKUNTO | Perpustakaan Institut Pemerintahan Dalam Negeri [WWW Document]. URL <https://inlislite.ipdn.ac.id/opac/detail-opac?id=8242> (accessed 11.12.24).
- Armayani, R.R., Tambunan, L.C., Siregar, R.M., Lubis, N.R., Azahra, A., 2021. Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online 5.
- Artana, I.G.E., Triandini, E. and Hostiadi, D.P., 2024, June. Pengaruh EPIC Model dalam Strategi Social Media Marketing pada Bisnis Cafe: Tinjauan Systematic Literature Review. In *Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer (SPINTER)*| Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali (pp. 857-863).
- Awwaluddin, A.I., 2019. Efektivitas Iklan Djarum Super Volcano Boarding Melalui Media Televisi Diukur Menggunakan Customer Response. FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GUNADARMA JAKARTA 2019.

- Baihaqi, B., 2023. PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH) SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KRISIS EKONOMI. 2.
- Cahyono, A.S., 2016. PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA.
- Catur Bagus Wicaksono, K., 2013. Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan. *Binus Bus. Rev.* 4, 551–564.
<https://doi.org/10.21512/bbr.v4i1.1419>
- Claudia Cahyani Sinaga, Mariana Simanjuntak, 2024. Pengaruh Efektivitas Promosi Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Kesadaran Merek dan Niat Beli Konsumen: Studi Kasus: Bistro Balige, Sumatera Utara. *J. Pemimpin Bisnis Inov.* 1, 35–46.
<https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i3.227>
- Dewi, S.K., Sudaryanto, A., 2020. Validitas dan Reliabilitas Kuisioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah.
- Fatimah, S., Nosita, F., 2020. ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN RAMAYANA BERBASIS EPIC MODEL PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE. *Ultima Manag. J. Ilmu Manaj.* 11, 39–54.
<https://doi.org/10.31937/manajemen.v11i1.1252>
- Ghozali, I., 2006. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, W., 2002. Buku Metodologi Penelitian by W. Gulo.
- Hasanah, N., Nugroho, L.E., Nugroho, E., 2016. Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model. *Sci. J. Inform.* 2, 99. <https://doi.org/10.15294/sji.v2i2.5075>
- Hayadi, K.R., Sumarto, L., Suyanto, 2021. PENGUKURAN EFEKTIVITAS MEDIA PROMOSI DENGAN PENDEKATAN MODEL EPIC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO BANGUNAN RADIN TIMUR, DI JEBRES KOTA SURAKARTA. *J. GANESHWARA* 1.
<https://doi.org/10.36728/jg.v1i2.1557>
- Kotler, P., Kevin, L.K., 2020. Marketing Management.

- Kuncoro, M., 2003. Metode riset untuk bisnis & ekonomi. Erlangga.
- 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. *Balance J. Akunt. Dan Manaj.* 1, 273–281. <https://doi.org/10.59086/jam.v1i2.139>
- Lisawati, P., 2016. EFEKTIVITAS IKLAN PADA JEJARING SOSIAL SEBAGAI SALAH SATU STRATEGI PEMASARAN BISNIS USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DENGAN MENGGUNAKAN METODE 21.
- Maha Putra, I.K.A., Dwi Astina, K.A., 2019. PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM MULTIPLE POST SEBAGAI SARANA EDUKASI BERBASIS VISUAL BAGI WARGANET. *J. Nawala Vis.* 1, 113–121. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i2.42>
- Mardiasmo, Prof.Dr., 2023. PERPAJAKAN – Edisi Terbaru.
- Mardiani, E., Rasyad, R.Z. and Hasian, I., 2024. Evaluasi Efektivitas Iklan Aero Street di Media Sosial dengan Consumer Decision Model (CDM). *Jurnal EMT KITA*, 8(1), pp.431-441.
- Martono, S., Budiarjo, H., 2021. ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN LEMBAGA PENDIDIKAN TINGGI MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DENGAN PENDEKATAN EPIC MODEL. *Sebatik* 25, 9–18. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1173>
- Napoleon cat, n.d. . July 2024.
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., Novalia, N., 2022. Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM Aksi Kpd. Masy.* 3, 65–74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>
- Prautami, I., 2022. Efektivitas Promosi melalui Media Sosial Instagram dan Facebook @Abouttng pada UMKM di Kota Tangerang. *JKBM J. KONSEP BISNIS DAN Manaj.* 8, 153–164. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v8i2.6991>
- Prof Dr A. Muri Yusuf, M.P., 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Prenada Media.

- Rahayu, D.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).
- Raudah, R., Ashari, M. and Bagye, W., 2024. ANALISA PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA FACEBOOK MENGGUNAKAN METODE EPIC MODEL PADA UMKM DESA DARMAJI. *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains (Jinteks)*, 6(3), pp.638-647.
- Rifandia, F., Sastika, W., 2018. STUDI KOMPARASI: EFEKTIVITAS IKLAN UMKM WINA SUPERNACK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN FACEBOOK DI KOTA CIMAHI 2018.
- Rini, R.L.P., Thaha, A.R., 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.
- Sagala, P.M., 2022. Analisis Efektivitas Media Sosial Instagram Dengan Metode Epic (Emphaty, Persuasion, Impact, Communication) Pada Layanan Retail Dalam Rangka Meningkatkan Insight Instagram (Studi Kasus Telkom Indonesia Divisi Regional Wholesales Service Treg III Jabar 2022) 8, 381.
- Sagala, P.M., Widianingsih, S., 2022. Analisis Efektivitas Media Sosial Instagram Dengan Metode Epic (Emphaty, Persuasion, Impact, Communication) Pada Layanan Retail Dalam Rangka Meningkatkan Insight Instagram (Studi Kasus Telkom Indonesia Divisi Regional 8, 381.
- Septiani, V., Hanifa, F.H., 2022. Pengukuran Efektivitas Iklan Social Media Instagram @Go_Thaitea_Official Dengan Menggunakan Metode EPIC Tahun 2022.
- Siregar, S., 2014. Lokasi: Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17 [WWW Document]. URL <https://onesearch.id/Record/IOS2726.slims->

5221 (accessed 11.12.24).

Sitopu, J.W., Purba, I.R. and Sipayung, T., 2021. Pelatihan Pengolahan Data Statistik Dengan Menggunakan Aplikasi SPSS. *Dedikasi Sains Dan Teknologi (DST)*, 1(2), pp.82-87.

Social media marketer [WWW Document], 2020. URL <https://socialmediamarketer.id/> (accessed 11.12.24).

Soekanto, 2023. PERUBAHAN SOSIAL DALAM MASYARAKAT.

Sugiyono, 2017. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.

Sutrisno, A.P., Mayangsari, I.D., 2021. PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *J. Common* 5, 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

Tresnawati, Y., Prasetyo, K., 2022. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *J. New Media Commun.* 1, 43–57. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>

Widayati, W., Augustinah, F., 2019. PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MAKANAN RINGAN KRIPIK SINGKONG DI KABUPATEN SAMPANG. *Dialekt. J. Ekon. Dan Ilmu Sos.* 4, 1–20. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>

Winata, Y.P., 2024. Analisis Efektivitas Sosial Media Instagram Terhadap Promosi Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi Kalimantan Menggunakan Metode Epic Model-Submit Jurnal (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Kalimantan).