

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyie, S., Duo, J., & Musah, A.-A. I. (2018). The Nexus Between Innovation Types And Marketing Performance Of Smes In An Emerging Economy: The Mediating Role Of Knowledge Sharing. *Journal Of Economics, Management And Trade*, 21(10), 1–22. <https://doi.org/10.9734/Jemt/2018/44223>
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasarharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/Professional.V6i1.837>
- Agusty, F. T. (2000). *Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategik*.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Alfabeta (Ed.)).
- 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->
- Atiko, G., Hasanah Sudrajat, R., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indtravel). *Jurnal Sositologi*, 15(3), 378–389. <https://doi.org/10.5614/Sostek.2016.15.3.6>
- Bestriandita, D., & Widodo, E. (2017). Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Menggunakan Epic Model Terhadap Mahasiswa Uii Yogyakarta. *Seminar Nasional Integrasi Matematika Dan Nilai Islami*, 1(1), 214–220.
- Darmawan, D., Mardikaningsih, R., Arifin, S., & Hariani, M. (2019). Upaya Memperkuat Citra Ramayana Departement Store Melalui Promosi Penjualan Dan Periklanan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(1), 59–71. <https://doi.org/10.35457/Akuntabilitas.V12i1.761>
- Emelda. (2022). Analisis Strategi Bauran Promosi Kedai Kopi Nilang Dengan Pendekatan Kualitatif. *Jurnal Adminika*, 8(1), 30–47.
- Ernestivita, G., & Subagyo. (2020). Media Promosi Produk Umkm Dengan Menggunakan Epic Model. *Efektor*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.29407/E.V7i1.14336>
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Umkm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01).
- Febrianti, A. I. (2018). Efektivitas Iklan Dan Event Berdasarkan Metode Epic Model (Studi Kasus Pada Radio Play99ers 100 Fm Bandung 2018). *E-Proceeding Of Applied Science*, 4(1), 942.
- Firdaus, F., & Fahrizal, F. (2021). Penerapan Media Sosial Bagi Peningkatan Kinerja Umkm Di Kota Jambi. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.33087/Ekonomis.V5i1.198>
- Gao, Y. (2010). *Measuring Marketing Performance: A Review And A Framework* (T. M. Review (Ed.); 10th Ed.).

- Girsang, D., & Sipayung, N. (2021). Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19). *Jurnal Darma Agung*, 29(3), 416–428.
- Hasan, S., Librianty, N., Farhas, R. J., Kewirausahaan, I., Pahlawan, U., & Tambusai, T. (2022). *The Contribution Of Promotion Mix In Order To Enhancing The Sales Of Pandemic Covid-19 Pengaruh Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Furnitur Pada Pt Domo Karya Mandiri , Batam Di Masa Pandemi Covid-19*. 3(1), 74–87.
- Hasanah, N., Nugroho, L. E., & Nugroho, E. (2015). Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial Sebagai Media Promosi Menggunakan Epic Model. *Scientific Journal Of Informatics*, 2(2), 2407–7658. <http://Journal.Unnes.Ac.Id/Nju/Index.Php/Sji>
- Hendrayati, H., & Gaffar, V. (2016). Innovation And Marketing Performance Of Womenpreneur In Fashion Industry In Indonesia. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 219, 299–306. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.04.034>
- Husain, T. K., & Amran, F. D. (2021). Efektivitas Iklan Produk Chocolicious Melalui Media Sosial Instagram. *Journal Of Sustainable Research In Management Of Agroindustry (Surimi)*, 1(1), 5–12. <https://doi.org/10.35970/surimi.v1i1.534>
- Idris, J. (2021). Marketing Mix 4cs: Impact On Small And Medium Entrepreneurs (Smes) Marketing Performance. *Proceeding Of The 8th International Conference On ... , 2021(Icomm)*, 221–226. <http://conference.kuis.edu.my/1comm/8th/Images/021-113.pdf>
- Ilham, M. (2017). *Analisis Efektivitas Iklan Media Online Melalui Facebook Pada Distro Simple One Di Kabupaten Probolinggo*.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Bisnis Terapan, Jurnal*.
- Irwansyah, R. Et All. (2004). Fakultas Ekonomi. *Universitas Diponegoro*, 3(29), 3–6. <http://D3akuntansi.Fe.Unp.Ac.Id/Sites/Default/Files/1.Silabus.Pengantar.Akuntansi.2.D3.Akuntansi.Semester.2.Fe.Unp.Pdf>
- Jaelani, E. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Konsumen Tokopedia Di Bandung. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X(2), 57–64.
- Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *Eksisbank: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4(1), 82–94. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Janna, N. M. (2020). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss. *Artikel : Sekolah Tinggi Agama Islam (Stai) Darul Dakwah Wal-Irsyad (Ddi) Kota Makassar, 18210047*, 1–13.
- Karina, M., & Sari, D. K. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi, Orientasi Pasar Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Konveksi Desa Legok Gempol. *Alance : Economic, Business, Management, And Accounting Journal*, Xix(1).
- Laila, R., Rini, 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*. 7(4), 549–556.

- Lapian, S. L. H. V. J. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Pt. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 901–910.
- Lintang Pratiwi, R. (2016). Effect Of Heat-Moisture Treatment (Hmt) Duration To Functional Properties And The Amylograph Properties Of Banten Taro Starch (Xanthosoma Undipes K. Koch) Pengaruh Lama Modifikasi Heat-Moisture Treatment (Hmt) Terhadap Sifat Fungsional Dan Sifat Amilograf. *Jurnal Penelitian Pangan*, 1(1). <https://doi.org/10.24198/jp2.2016.Vol1.1.08>
- M. Arif Wicaksono. (2017). Media Social Instagram @Wisatadakwahokura Influence On Followers Intention To Visit. *Jom Fisip*, 4(2), 1–13.
- Margareta, Y., & Cendekia, D. A. (2022). *The Effectiveness Of Sasa ' S " Welcome Back Micin Swag Generation " Advertisement On Millenials Efektivitas Iklan Sasa " Welcome Back Micin Swag Generation " Pada Generasi Milenial*. 2(2), 268–286. <https://doi.org/10.17977/Um064v2i22022p268-286>
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2018). Teori Periklanan. *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*, 7–27. http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1886/5/128320020_File5.Pdf
- Morisan, M. . (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (1st Ed.). Prenamedia.
- Mucholil, I Gede Oka R, Iman Iswari, Fahmi Rs, Indra Bp, & Linggar Ms. (2021). Pengembangan Pemasaran Desa Batik Jetis Di Era Digital. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(1), 60–68. <https://doi.org/10.37826/Prapanca.V1i1.135>
- Muhammadiyah Jember, U., Sudirman, A., Halim, F., Bhernadetha Nainggolan, A., Butarbutar, N., Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, S., & Efarina, U. (N.D.). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 2021 Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor Umkm*.
- Mursid, M. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Bumi Aksara (Ed.)).
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Nabila, N. M., & Sastika, W. (2018). Efektivitas Iklan Jne Melalui Media Sosial Instagram Menggunakan Metode Epic (Empathy, Persuasion, Impact, Dan Communication) Kota Bandung Tahun 2018 Effectiveness Of Jne Advertising Through Social Media Instagram Using Epic Method (Empathy, Persuasion, I. *Applied Of Science*, 4(3), 950. <http://elogistik.id/?S=Pertumbuhan+Bisnis+Jasa>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sioteknologi* (S. R. Media (Ed.)).
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Kobis.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Tn Official Store). *Jurnal Emt Kita*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/Emt.V6i1.483>

- Nurul Fildzah, A., & Dwi Mayangsari, I. (2018). Analisis Strategi Promosi Pada Umkm Social Enterprise (Studi Kasus Pascorner Cafe And Gallery). *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss2.art1>
- Nzioka, C. M. (2021). *Promotional Mix And Sales Performance Of Commercial Banks In Nyeri County, Kenya*. 6.
- Oscar, B., & Ulfiani, H. (2019). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Volume 9, Nomor 2, September 2019 Issn : 2087-3077 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Kiblat Pengusaha Indonesia Bheben Oscar, Se., Mm Hikma Ulfiani Email : Bheben.Oscar@gmail.com Email : Hikma.U. 9(September), 79–87.*
- Pancaningrum, E., Sari Halaman, D. K., Pancaningrum, E., Kartika Sari, D., & Pgri Dewantara Jombang, S. (2019). Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi. *Jad : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 2(1). <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/jmd/issue/view/44>
- Pane, Nurmasari, Dewi, Se., M. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–13. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jumant/article/view/189>
- Philip Kotler And Garry Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th Ed.). Erlangga.
- Philip Kotler And Garry Armstrong. (2016). *Marketing Management* (New Jersey). Person Pretice Hall, Inc.
- Prasetyanto, W. E. (2020). Manajemen Kesan Pada Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Efektifitas Targeting Dan Kinerja Penjualan Wahyu Eko Prasetyanto. *Jbma*, Vii(2).
- Prasetyo, A., & Prihatiningtyas, S. (2021). *Strategy For Application Of Marketing Mix (4p) In Marketing Of Batik Natural Coloring Blessings Mojo*.
- Prihatiningrum, S. (2020). *Efektivitas Akun Instagram @Aniesbaswedan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik (Analisis Epic Model Pada Akun Instagram @Aniesbaswedan)*.
- Putra, A. P., & Dewi, P. A. R. (2020). Efektivitas Terpaan Iklan Ads Instagram Tiket.Com Pada Pengguna Instagram Menggunakan Metode Pendekatan Epic Model. *Commercium*, 02, 134–138.
- Putri, L. T., Diantara, L., & Kamal, M. (2022). *Analisis Efektivitas Promosi Menggunakan Media Sosial Instagram Pada Zaky & Dicky Cafe Di Bangkinang Kota*.
- Qurtubi, Q., Trisnaningtyas, D. M., & Yudhanata, M. F. (2019). Identifikasi Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran Dan Indikator Kinerja Pemasaran Untuk Industri Hotel. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v3i1.1432>
- Rachmawati, R. (2020). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rahim, R. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kutai Kartanegara. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(4), 272. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i4.3563>
- Ramadan, A., Departemen, A. F., Komunikasi, S., Masyarakat, P., & Manusia, E. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam” The Effectiveness Of Instagram As

- A Promotional Media Of Products “Rendang Uninam.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat* /, 05(01), 2020–2064. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.757>
- Ramadhan, V. P., Hidayat Pratama, A., Berliana, I., & Putri, S. (2020). *Analisa Efektivitas Media Promosi Djarum Black Di Kota Malang Menggunakan Metode Epic Model*.
- Rasyidi, F. P. & M. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Pada Pemasaran Produk Di Toyslicious Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* <https://jurnal.unibrah.ac.id/index.php/jiwp>, 7(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.6354904>
- Risal, M., & Salju, S. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (4ps) Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Studi Kasus Pada: Industri Kecil Pengolahan Rumput Laut Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Balance : Business, Management And Accounting Journal*, 14(1), 1–18.
- Safitri, P., & Fajrin, Z. (2019). Strategi Bisnis Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kopiah Resam Mentari Kota Pangkalpinang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 61–74. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v20i1.390>
- Sari, D. K. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing* (M. T. Multazam (Ed.)). Umsida Press.
- Sastika, W. (2018). Epic Model: Pengukuran Efektivitas Iklan Kuliner Melalui Sosial Media Instagram @Kulinerbandung Sebagai Media Promosi. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Manajemen (Jtim) Edisi 1, 1*.
- Setyowati1, N. D., & Tutiasri, R. P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Makanan Yang. *Jisip: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(1), 73–84. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/2268>
- Sholichah, A., & Widiarti, T. I. (2020). Pengembangan Aplikasi Instagram Sebagai Media Promosi Yang Efektif Di Kedai Jingkrak Singosari Malang. *Jurnal, J A B Bisnis, Aplikasi*.
- Sodikin. (2019). Efektifitas Iklan “Top Coffee” Dengan Pendekatan Epic Model. *Uin Maulana Malik Ibrahim*, 39(1), 1–15. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025><http://dx.doi.org/10.1038/nature10402><http://dx.doi.org/10.1038/nature21059><http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/Equilibrium/article/view/1268/1127><http://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577>
- Sugiono, E., Nurwulandari, A., & Khairina, F. (2021). The Effect Of Promotion Mix On Sales Performance Mediated By Customer Loyalty At Paul Bakery Kota Kasablanka Jakarta. *Endless : International Journal Of Future Studies*, 4(1), 93–111. <https://doi.org/10.54783/Endless.V4i1.47>
- Sugiyarti, G. (2016). Analisis Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Batik Di Provinsi Jawa Tengah. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank (Sendi_U)*, 5(2), 643–650.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (P. Alfabeta (Ed.)).
- Supardi, Muhammad Yusril ,Ade Tirta Zamri, U. A. A. (2021). *Analisis Bauran Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Kampar Promotion*. Xv(01), 64–70.
- Suparnoh, S., Andrea Permana, Taim, & Ari Santoso. (2021). Peran Lama Usaha Dalam Memoderasi Pengaruh Kapabilitas Komunikasi Sosial Media Terhadap Kinerja Pemasaran. *Master: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 1(1), 79–90. <https://doi.org/10.37366/master.v1i1.159>

- Tirtayasa, S., & Daulay, Y. A. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kecil Menengah Sektor Kontruksi Bengkel Las Di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa Pandemi Covid 19. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 106–122.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146.
[Http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Ecodemica/Article/View/3407/Pdf](http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Ecodemica/Article/View/3407/Pdf)
- Wahjono, S. I. (2020). *Struktur Organisasi Sekolah*. April.
[Http://Www.Smkn11malang.Sch.Id/Old/Profil-Sekolah/Struktur-Organisasi/](http://Www.Smkn11malang.Sch.Id/Old/Profil-Sekolah/Struktur-Organisasi/)
- Walisyah, T. (2021). Instagram: Periklanan Gaya Baru Di Era Kini. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 8(2), 108. <https://doi.org/10.37064/Jki.V8i2.10727>
- Widayati, R., & Amelia, R. (2019). Aktivitas Pemasaran Produk Simpanan Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang. *Journal Of Business And Banking*, 1(1), 1–9.
<https://osf.io/preprints/5x2c4/>
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90.
[Http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546](http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546)
- Wisuda, I. K. P. (2019). Efektivitas Pemasaran Jasa Photography Melalui Media Sosial Instagram Di Bali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(1). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Wulandari, E., & Murniawaty, I. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 69–77.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69-77>
- Yudha, M., & Sultan, S. (2020). *Analisis Efektifitas Iklan Dewarumah Melalui Media Sosial Instagram Menggunakan Metode Epic Model Pendahuluan Metode Penelitian*. 19(September), 301–308.