

## DAFTAR PUSTAKA

- (2024, 02 21). www.datareportal.com. Retrieved April 20, 2024, from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia?rq=indonesia>
- Azizah, N., & Lovett, M. M. (2021). Analisis Event Marketing dalam Meningkatkan Citra Merek STIKOM InterStudi. *Prosiding Hubungan Masyarakat http://dx. doi. org, 10(v7i1), 27189.*
- Batubara, F. H. (2022). The Effectiveness of Promotion Program Towards Prospective Students at Polytechnic APP Using the Epic Model. *International Journal Management and Economic, 1(1), 1-11.*
- Elhaq, A. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Make Up Artist Jakarta untuk Meningkatkan Minat Konsumen* (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Wiley.
- Febrianti, A. I., & Wibowo, S. (2018). Efektivitas Iklan Dan Event Berdasarkan Metode Epic Model (studi Kasus Pada Radio Play99ers 100fm Bandung 2018). *eProceedings of Applied Science, 4(3).*
- Hadianti, S., Prakoso, T., Pratiwi, B., Casmat, M., Rahayu, U., Aisyah, S., & Fitra, J. A. Y. A. (2023). A Compatible Marketing Strategy for the Faculty of Distance Education Institution. *Journal Of Digital Learning And Distance Education, 2(5), 589-599.*
- Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin'Donuts Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship, 11(1), 27-36.*
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Yau, O. H.-M. (2009). *Principles of Marketing: A Global Perspective*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Lupiyoadi, H., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 525.*
- Maisah, M., Mahdayeni, M., Maryam, M., & Alhaddad, M.R. (2020). Penerapan 7P sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 1(4), 325-333. E-ISSN : 2686-5238*
- Martowinangun, K., Lestari, D. J. S., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi

Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 1(1), 139-152.

Masterman, G., & Wood, E. (2007). *Innovative marketing communications*. Routledge.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.

Maulidiyah, F. (2021). *Pendekatan EPIC model terhadap efektivitas periklanan: Studi pengguna Tokopedia Jenis Waktu Indonesia Belanja pada media Youtube di Malang Raya* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Mujahadah, I. N., & Suryawardhani, B. (2018, 12 01). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Traveland Convex Indonesia Tahun 2018. *e-proceeding of Applied Science*, 4(3), 1060.

Pane, I., Hadju, V. A., Maghfuroh, L., Akbar, H., Simamora, R. S., Lestari, Z. W., ... & Aulia, U. (2021). Desain penelitian mixed method. *Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zani*.

Perreault, W. D., Cannon, J., & McCarthy, E. J. (2010). *Basic Marketing*. McGraw- Hill Education.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.

Wadud, F. M. (2019). *Implementasi Pendidikan Karakter pada Kurikulum 2013 di SMA Negeri 11 Pinrang, Sulawesi Selatan*. (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Yet, S., & Ginting, P. (2013). Analisis Efektivitas Iklan TV Sirup Markisa Dengan Pendekatan EPIC Model PT. Majujaya Pohon Pinang Pada Konsumen Swalayan Macam Yaohan Merak Jingga Medan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 9(1), 16-32.

Zahrattunnisa, M., Mintawati, H., Nurruhiyati, S., Rasyid, S. R. P., & Aisah, S. (2023). Studi Literature: Analisis Efektivitas berbagai Iklan dengan Metode EPIC Model. *Management: Journal of Global Business, Management and Economics*, 1(1), 19-23.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.