

DAFTAR PUSTAKA

- Arsanti, V. D. (2023). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Pada Social Bella (Sociolla)*. Universitas Telkom.
- Ayutiani, D. N., & Satria Putri, B. P. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>
- Dzulfiqar, R., & Zuliestiana, D. (2017). Pengaruh Advertising Dan Sales Promotion Melalui Media Sosial" instagram" Terhadap Keputusan Pembelian (studi Pada Official Store Pot Meets Pop Bandung). *eProceedings of Management*, 4(2).
- Febby Permata Oktavia, Sudarto Sudarto, Rezi Erdiansyah (2021) *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021) (2021)*. DOI: [10.2991/assehr.k.210805.125](https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.125)
- Hartono, S. A. F., & Rosita, N. H. (2018). THE EFFECT OF YOUTUBE ADVERTISING ON CONSUMER PURCHASE DECISION OF HAPPY MEAL PRODUCTS (A STUDY USING EPIC MODEL). *Universitas Brawijaya*
- Jain, G., Rakesh, S., & Chaturvedi, K. R. (2018). Online video advertisements' effect on purchase intention: An exploratory study on youth. *International Journal of E-Business Research (IJEBR)*, 14(2), 87-101.
- Kementerian Perindustrian. (2019). Industri Tekstil dan Pakaian Tumbuh Paling Tinggi. Retrieved April 5, 2022, from <https://kemenperin.go.id/artikel/21230/Kemenperin:-Industri-Tekstil-dan-Pakaian-Tumbuh-Paling-Tinggi>
- Khairunnisa, I., & Nurfebiaraning, S. (2020). Pengaruh Video Advertising" mata Kering" Di Channel Youtube Raditya Dika Terhadap Peningkatan Brand Awareness Insto Dry Eyes. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Kibtyah, M. R., Mulyawan, I., & Kania, R. (2021, September). Pengaruh Video Advertising pada Platform Digital Tik-Tok terhadap Niat Membeli. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1279-1285).
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Marketing Management (14th ed.)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- 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), 327354.

- Maidasari, E., Narundana, V. T., & Lolyana, R. (2021). PENGARUH PROMOSI VIDEO MARKETING DAN KESADARAN MEREK DALAM MEMPENGARUI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN YAMAHA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 128-137.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun *Brand awareness*. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Olivia, J., & Nurfebrianing, S. (2019). Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik” Terhadap Respon Afektif Khalayak. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 16-24.
- Putra, Y. P., & Lisdayanti, A. (2020). The Influence of Effectiveness Electronic Advertising with EPIC Model on Web Series toward Consumer Purchase Decisions on Tropicana Slim Stevia Products. *American Journal off Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(1), 102-109.
- Razak, M., Hidayat, M., & Rahman, M. H. (2021). Pengaruh Video Advertising Dan Sosial Media Konten Melalui Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Gofood Di Kota Makassar. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 18(1), 84-97.
- Rizal, D. A. (2020). *Manajemen Pemasran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Sulistiana, A., & Lutfie, H. (2017). Pengaruh Advertising Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fashion Hijab Elzatta Kota Bandung 2017. *eProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.
- Social Media Today Website (2023)*. Diakses pada tanggal 28 Mei 2023. <https://www.socialmediatoday.com>
- Syam, S. A. (2022). PENGARUH VIDEO ADVERTISING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *TEMA*, 23(1), 17-23.
- Utomo, P., & Saputri, M. E. (2015). Pengaruh Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (studi Pada Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Di Telkom University). *eProceedings of Management*, 2(3).