

# **ANALYSIS OF ADVERTISING EFFECTIVENESS MOTORCYCLE SUZUKI NEX MODELS USING THE EPIC**

***By :***

**ARI SETIAWAN**

## ***Abstract***

*This study entitled "Analysis of advertising effectiveness motorcycle Suzuki Nex models using the EPIC" aims to investigate the effectiveness of advertising Suzuki nex based EPIC model method (Emphaty, Persuasion, Impact, Communication). Object of this study is the Student Universitas Pembangunan Nasional "veteran" Jakarta has ever seen, heard or seen ads on television commercials Suzuki nex. There were 100 respondents who participated in this study. The sampling technique used was convenience sampling method. EPIC in terms of dimensions, it was found that the Suzuki ad nex effective enough to influence the customers living in South Jakarta, among the 4 dimensions, communication is the most dominant factor that can be seen from the figure IV.4.1. The results achieved in this study is expected to be a material consideration for the company's progress and useful for writers as well as those reading this paper.*

*Keywords: Advertising Analysis and Methods EPIC Model*

# **ANALISIS EFEKTIFITAS PERIKLANAN SEPEDA MOTOR SUZUKI NEX DENGAN MENGGUNAKAN METODE EPIC MODEL**

**Oleh :**

**ARI SETIAWAN**

## ***Abstrak***

Penelitian ini berjudul “Analisis efektifitas periklanan sepeda motor Suzuki Nex dengan menggunakan metode EPIC model ”bertujuan untuk menyelidiki efektifitas periklanan Suzuki nex berdasarkan metode model EPIC ( Emphaty, Persuasion, Impact, Communication ). Objek penelitian ini adalah Mahasiswa Univertas Pembangunan Nasional “veteran” Jakarta yang pernah melihat, mendengar atau menyaksikan iklan Suzuki nex di iklan televisi. Ada 100 responden yang terlibat dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode convenience sampling. Ditinjau dari dimensi EPIC, ditemukan bahwa iklan Suzuki nex cukup efektif untuk mempengaruhi pelanggan yang tinggal di Jakarta selatan, diantara 4 dimensi, komunikasi adalah faktor paling dominan yang dapat dilihat dari gambar IV.4.1. Hasil yang dicapai didalam penelitian ini diharapkan jadi bahan pertimbangan untuk kemajuan perusahaan dan bermanfaat bagi penulis maupun yang membaca penulisan ini.

Kata kunci :Analisis Periklanan dan Metode EPIC Model