

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Efektifitas Iklan *Smartphone* Merek Samsung Melalui Media Televisi Dengan Menggunakan Metode EPIC bertujuan untuk menganalisis efektifitas iklan *smartphone* merek Samsung melalui media televisi dengan menggunakan metode EPIC. Populasi dalam penelitian ini adalah 283 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi & Bisnis Prodi Manajemen Angkatan 2015 yang pernah menyaksikan iklan televisi *smartphone* merek samsung. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Sampel pada penelitian ini yaitu jumlah indikator dikalikan dengan 5-10, diperoleh hasil  $16 \times 7 = 112$  Responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Alat analisis yang digunakan adalah Uji Instrument Data ( Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Statistik Deskriptif Responden dan Analisis EPIC Model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa dimensi Emphaty dinilai efektif dengan skor 3,959 ,dimensi Persuasion dinilai efektif dengan skor 3,886 , dimensi Impact dinilai efektif dengan skor 3,933 dan dimensi Communication dinilai efektif dengan skor 3,906. Sehingga Efektifitas Iklan *Smartphone* Merek Samsung Melalui Media Televisi dinilai efektif dengan skor akhir 3,921.

Kata Kunci: EPIC (*Empathy, Persuasion, Impact, Communication*)

## **ABSTRACT**

*The research titled Brand Samsung Smartphone Ad Effectiveness Through Media Television Method Using EPIC aims to analyze the effectiveness of advertising smartphone Samsung brand through television media by using EPIC. The population in this study were 283 students of Muhammadiyah Jember University, Faculty of Economics & Business, 2015 Management Study Program who had watched television advertisements on Samsung brand smartphones. The sample is partially, or representative of the population studied. in this study, the number of indicators multiplied by 5-10, obtained results of  $16 \times 7 = 112$  respondents. The data used in this study are primary data and secondary data. The analytical tool used is the Test Data Instrument (Test Validity and Reliability Test). Descriptive Statistics of Respondents and EPIC Model Analysis. The results showed that the Empathy dimension considered effective with a score of 3,959, Persuasion dimension considered effective with a score of 3.886. Impact dimension considered effective with a score of 3.933 and Communication dimension considered effective with a score of 3,906. So the effectiveness of ads Smartphone Brand Samsung Through Media Television rated effective rated effective with a final score of 3.921.*

*Keywords: EPIC (Empathy, Persuasion, Impact, Communication)*