

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas iklan Daihatsu All New Xenia berdasarkan metode *EPIC Model*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dilaksanakan pada 95 pengunjung *showroom* (penjualan, bengkel dan suku cadang) Astra Daihatsu cabang Sunter, Jakarta Utara. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 17. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* berdasarkan *Judgment Sampling*.

Hasil analisisnya menunjukkan bahwa iklan Daihatsu All New Xenia dapat dikatakan efektif menurut metode *EPIC Model*. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan lingkup penelitian diperluas.

Kata Kunci: Efektifitas iklan, *Emphaty, Persuasion, Impact dan Communication*.