

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai Efektifitas iklan pipa Vinilon di PT Rusli Vinilon Sakti. Dimana perusahaan ini menggunakan strategi periklanan untuk mengkomunikasikan produknya mereka ke konsumen, salah satu media periklanan yang akan kita teliti ada media surat kabar. Untuk menghindari kerugian perusahaan, iklan yang telah diiklankan tersebut haruslah efektif dan efektivitas itu bisa di analisa dengan menggunakan EPIC Model dan Chi Square.

Periklanan sangatlah penting untuk digunakan oleh perusahaan pada suatu industri. Melalui periklanan, perusahaan bisa memenangkan kompetisi melawan perusahaan lainnya di industri yang sama untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar dan perusahaan dengan pangsa pasar terbesar adalah pemimpin pasar di industri tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner serta melibatkan 30 responden yang berlokasi di Jakarta Pusat dan pernah melihat serta mengingat iklan pipa Vinilon di surat kabar. Teknik analisis data yang digunakan adalah berdasarkan pada analisis presentase dan juga menggunakan skala likert untuk menghasilkan nilai untuk EPIC Model dan Chi Square.

Kata kunci: Iklan