

**PENERAPAN *ADVERTISING* PRODUK MINI UPS MENGGUNAKAN  
*EPIC MODEL* MENURUT KONSUMEN PADA PT UTILINDO JAYA  
PERSADA YOGYAKARTA**

**Surya Hidayat**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *advertising* produk Mini UPS menggunakan *EPIC Model* menurut konsumen pada PT. Utilindo Jaya Persada Yogyakarta. Jenis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan metode mean aritmatik. Sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling purposive* yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Pengolahan data kuesioner digunakan menggunakan SPSS dan alat yang digunakan untuk menentukan hasil angka penelitian dengan analisis statistik deskriptif, uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan produk Mini UPS pada PT. Utilindo Jaya Persada menurut konsumen masih ragu-ragu, nilai masing-masing indikator EPIC yaitu indikator *empathy* sebesar 3,23. Indikator *persuassion* sebesar 2,93. Indikator *impact* sebesar 2,76. Indikator *communication* sebesar 2,85. Dari total keseluruhan rata-rata indikator EPIC sebesar 2,94.

**Kata Kunci** : *Advertising, EPIC Model*

22/11/21  


**APPLICATION OF OF MINI UPS PRODUCT ADVERTISING USING EPIC  
MODEL ACCORDING TO CONSUMERS AT PT. UTILINDO JAYA  
PERSADA YOGYAKARTA**

**Surya Hidayat**

***Abstract***

*This study aims to determine the application of advertising for Mini UPS products using the EPIC Model according to consumers at PT. Utilindo Jaya Persada Yogyakarta. This type of research uses quantitative descriptive analysis with the arithmetic mean method. The sampling used was non-probability sampling with purposive sampling technique used to analyze the sample data and the results were applied to the population. Questionnaire data processing was used using SPSS and the tools used to determine the results of research numbers were descriptive statistical analysis, research instrument tests, namely validity and reliability tests. The results showed that the Mini UPS product advertisement at PT. According to consumers, Utilindo Jaya Persada is still in doubt, the value of each EPIC indicator, namely the empathy indicator, is 3.23. The persuasion indicator is 2.93. The impact indicator is 2.76. The communication indicator is 2.85. Of the total average EPIC indicator of 2.94.*

***Keyword*** : Advertising, EPIC Model