

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Efektivitas Iklan Via *E-mail Marketing* Dari Tokopedia dengan menggunakan teknik *EPIC Model* yang terdiri dari empat dimensi, yakni *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. Tipe penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Administrasi Bisnis angkatan 2015-2016 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta pengguna Tokopedia yang pernah membaca iklan via *e-mail marketing* dari Tokopedia. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner kepada sampel penelitian sebanyak 72 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling jenuh*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, skor rata-rata, dan perhitungan *EPIC rate*.

Hasil penelitian ini adalah pada dimensi *Empathy* memperoleh skor sebesar 3,88, *Persuasion* 3,95, *Impact* 3,90, dan *Communication* 3,71, sehingga diperoleh *EPIC rate* sebesar 3,86. Nilai *EPIC rate* tersebut menunjukkan bahwa iklan Tokopedia via *e-mail marketing* dinilai efektif.

Kata Kunci : *Empathy, Persuasion, Impact, Communication*