

INTISARI

Iklan merupakan salah satu bauran promosi yang dianggap efektif mengkomunikasikan keberadaan suatu produk *Consumer Decision Model* (CDM) adalah salah satu model penelitian yang digunakan untuk menganalisis efektivitas iklan, terdiri dari 6 (enam) variabel yang saling berhubungan meliputi *Information* (F), *Brand Recognition* (B), *Confidence* (C), *Attitude* (A), *Intention* (I), *Purchase* (P). Pada penelitian ini iklan yang dianalisis efektivitasnya dengan CDM adalah iklan pasta gigi Pepsodent di media televisi.

ABSTRAC

Advertisement is one of promotion mix as consider effective to communicate at the product. Consumer Decision Model (CDM) is one of research model to analyze advertisement effective has 6 variable Information (F), Brand Recognition (B), Confidence (C), Attitude (A), Intention (I), Purchase (P). The analysis result for the effectiveness of TV advertisement for Densdent toothpaste using CDM is