

ABSTRAK

Iklan merupakan sebuah cara penyampaian pesan dalam memberikan informasi dan promosi suatu barang atau jasa. Pada dasarnya, iklan membutuhkan media untuk menyampaikan pesan kepada khalayak ramai, salah satunya adalah media televisi. Di era digital ini, sangat banyak sekali kita temukan iklan di televisi. Metode penelitian adalah cara yang ditempuh dengan penelitian yang dilakukan yang memiliki langkah-langkah sistematis. Sugiyono (2014, hal 6) menyatakan bahwa: “metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden, untuk mengetahui gambaran reponden terhadap Iklan Televisi Susu Bear Brand Versi Balikan Kondisi Terhadap Minat Beli Konsumen. Penelitian ini dilakukan melalui *direct message* pada *followers* Instagram @bearbrand_id, Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan dengan harapan dapat menjawab tujuan dalam penelitian, sebagai berikut: 1. Pada variabel X (Iklan Televisi Susu Bear Brand Versi Balikan Kondisi) rata-rata responden memberikan jawaban dengan baik (setuju). Hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi variabel X memiliki rata-rata sebesar 3,83. Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X.1.3 dengan pernyataan “Produk Susu Bear brand yang diiklankan di instagram merupakan produk yang berkualitas“ yaitu sebesar 4.23 karena konten yang diijelaskan pada iklan televisi susu bear brand sesuai dengan kualitas susu yang dijual. 2. Pada variabel Minat Beli Konsumen rata-rata responden memberikan jawaban dengan baik (setuju). Hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi variabel Y memiliki rata-rata sebesar 3,82. Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) *Brand Awareness* pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y2 dengan pernyataan “Mencari informasi mengenai produk Susu Bear brand yang ingin dibeli harus dilakukan sebelum memutuskan melakukan pembelian” yaitu 3,99 karena produk Susu Bear Brand ini sudah menjadi salah satu top masyarakat di dalam dunia susu. Berdasarkan hasil perhitungan dari data penelitian ini didapat bahwa nilai hitung 21.15 yang lebih besar dari nilai tabel 1,95. Karena hitung tabel maka H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat Pengaruh antara Iklan Televisi Susu Bear Brand Versi Balikan Kondisi Terhadap Minat Beli Konsumen. Terdapat data dari koefisien determinasi menunjukkan angka persamaan tersebut yaitu sebesar 66,6%, sementara sisanya yaitu 33,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

KATA KUNCI: Pengaruh Iklan Televisi, Susu Bear Brand, Minat Beli Konsumen