

Abstrak

Belakangan ini salah satu makanan dan minuman olahan yang pertumbuhannya paling tinggi di Indonesia adalah es krim. Unilver merupakan salah satu pemain besar dalam industri ini dengan lini produknya adalah Magnum. Dalam memasarkan produknya, iklan pada media televisi menjadi salah satu alternatif yang sering digunakan Magnum. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh iklan televisi melalui pesan iklan, music atau *jingle*, ilustrasi cerita, dan bintang iklan terhadap minat beli konsumen Wall's Magnum di kota Bandung. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan kemudahan peneliti untuk mendapatkan data juga yang sudah melihat, membeli, dan mengkonsumsi es krim Magnum. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 400 responden. Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah regresi linier berganda dan pengolahan data menggunakan program SPSS 20 untuk menganalisa pengaruh iklan terhadap minat beli. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara iklan televisi terhadap minat beli. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi menjelaskan adanya pengaruh secara simultan antara variabel pesan iklan, music atau *jingle* iklan, ilustrasi cerita, dan bintang iklan terhadap minat beli sebesar 42,5% sedangkan sisanya 57,5% dipengaruhi faktor – faktor lain yang tidak diteliti. Sementara hasil secara parsial variabel pesan iklan, musik atau *jingle* iklan, dan bintang iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan variabel ilustrasi cerita tidak berpengaruh.

Kata kunci : iklan televisi, pesan iklan, music atau *jingle* iklan, ilustrasi cerita, bintang iklan, *convenience sampling*, dan minat beli