

ABSTRAK

Sebagai salah satu produk pembersih, deterjen masuk dalam daftar belanja tiap rumah tangga. Dengan jumlah penduduk Indonesia yang besar, kebutuhan deterjen menjadi potensi bisnis besar. Peluang itu ditangkap para pelaku usaha dan lahirlah produk deterjen beragam merek, termasuk deterjen Surf yang diproduksi oleh PT Unilever, Tbk. Untuk merebut pasar butuh strategi tersendiri. Para produsen bersaing merayu para ibu rumah tangga, yang menjadi *target market* mereka. Untuk itu para produsen sangat gencar melakukan promosi, salah satunya adalah dengan mengiklankan produk mereka di televisi. Adapun faktor-faktor desain iklan di televisi antara lain adalah gambar dalam iklan, suara dalam iklan, penampilan figur iklan, pesan iklan, dan waktu penayangan iklan. Oleh karena itu PT Unilever, Tbk berkepentingan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat membeli pemirsa.

Koefisien determinasi *R square* (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas yang terdiri dari gambar dalam iklan, suara dalam iklan, penampilan figur iklan, pesan iklan, dan waktu penayangan iklan secara simultan terhadap variabel minat membeli. Pada penelitian ini kontribusi dari variabel bebas terhadap minat membeli relatif tidak terlalu kuat, hal ini dikarenakan masih ada variabel lain yang memiliki kontribusi lebih besar. Hal ini juga dapat terjadi karena pada penelitian ini terdapat 2 variabel bebas yang tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel tergantung.

Berdasarkan uji simultan (uji F) dapat diketahui bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel tergantung. Namun berdasarkan uji parsial (uji t) dapat diketahui bahwa variabel gambar dalam iklan dan suara dalam iklan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat membeli, sedangkan variabel penampilan figur iklan, pesan iklan, dan waktu penayangan iklan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat membeli. Hal tersebut akan dijelaskan pada bagian pembahasan dalam penelitian ini.

Kata kunci: potensi bisnis, strategi, *target market*, desain iklan, gambar dalam iklan, suara dalam iklan, penampilan figur iklan, pesan iklan, waktu penayangan iklan, minat membeli.