ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana efektivitas iklan suatu produk melalui televisi, yang selanjutnya akan berdampak pada minat beli konsumen terhadap suatu produk, data yang diperoleh melalui survei dengan menyebarkan kuesioner pada 170 responden pada Masyarakat Rw 05 Kelurahan Karet Tengsin, Jakarta Pusat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah *likert skore*.

Hasil pengujian analisis menunjukkan efektivitas iklan suatu produk yang diberikan oleh PT. Amerta Indah Otsuka sudah efektif.

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada tingkat jumlah yang mengkonsumsi minuman isotonik *Pocari Sweat*.

Kata kunci: Efektivitas iklan suatu produk di televisi.