

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka	10
2.1.1. Teori Ilmu Manajemen	10
2.1.1.1. Pengertian Manajemen	10
2.1.1.2. Fungsi Manajemen	11
2.1.1.3. Unsur Manajemen dalam Fungsi Manajemen.....	12
2.1.1.4. Bidang Manajemen.....	14
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2.2. Fungsi Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.3. Tujuan Manajemen Pemasaran	17
2.1.3. Iklan.....	19
2.1.3.1. Pengertian Iklan.....	19
2.1.3.2. Jenis-jenis iklan	20
2.1.3.3. Fungsi Iklan.....	22

4.1.1.2. Sampo Rejoice Rich 3in1	58
4.1.2. Karakteristik Responden.....	59
4.1.3. Deskripsi Variabel yang diteliti	62
4.1.3.1. Deskripsi hasil penelitian tentang humor dalam iklan	62
4.1.3.2. Deskripsi hasil penelitian tentang Pengenalan Merek.....	73
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis	83
4.1.4.1. Pengaruh penggunaan humor dalam iklan terhadap pengenalan merek pada konsumen produk sampo rejoice rich 3in1 di toko Elsinta Salopa	83
4.2. Pembahasan	90
4.2.1. Penilaian konsumen di toko Elsinta terhadap penggunaan humor dalam iklan rejoice rich 3in1 versi Kiky Saputri	90
4.2.2. Pengenalan merek dalam iklan rejoice rich 3in1 Versi Kiky Saputri pada konsumen di toko Elsinta.....	92
4.2.3. Pengaruh penggunaan humor dalam iklan rejoice rich 3in1 Versi Kiki Saputri terhadap pengenalan merek produk	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	
5.1. Simpulan.....	97
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Kuesioner Pra Survey 20 Responden mengenai Pengenalan Merek.....	4
Tabel 1.2	Hasil Kuesioner Pra Survey 20 Responden mengenai Humor Dalam Iklan.....	5
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu.....	34
Table 3.1	Variabel Operasionalisasi.....	42
Tabel 3.2	Pembobotan Skor Jawaban.....	47
Tabel 3.3	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi.....	51
Tabel 3.4	Jadwal kegiatan penelitian November 22 Sampai Agustus 2023.....	54
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	60
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	60
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan yang pernah menggunakan sampo rejoice rich 3in1.....	61
Tabel 4.4	Karakteristik responden berdasarkan berapa lama menggunakan sampo rejoice rich 3in1.....	62
Tabel 4.5	Interpretasi Data untuk setiap Pernyataan pada konsumen produk Sampo Rejoice rich 3in1 di Elsinta Salopa.....	63
Tabel 4.6	Tanggapan Responden tentang Iklan Rejoice rich 3in1 Versi Kiky Saputri lucu dan sangat menghibur.....	63
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Sikap Centil dan julid yang dipadukan dengan humor dalam iklan Rejoice rich 3in1 oleh Kiky Saputri membuat saya tertarik untuk menonton iklan sampai selesai.....	64
Tabel 4.8	Tanggapan Responden tentang Kiky Saputri memiliki ciri khas yang terletak pada kelucuan yang tidak dimiliki oleh bintang Rejoice lainnya (Michele zjudith, Lyiodra ginting, fatin shidqia lubis.).....	65
Tabel 4.9	Tanggapan Responden tentang Iklan Rejoice rich 3in1 versi Kiky saputri Mempunyai makna yang mendalam dan dapat membantu mengatasi permasalahan rambut dalam kehidupan sehari-hari.....	66
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Bahasa yang digunakan Kiky Saputri pada iklan Rejoice rich 3in1 mudah di pahami membuat saya penasaran akan produk Rejoice rich 3in1.....	66
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Penjiwaan dan kemampuan Kiky Saputri dalam membawakan konsep humor pada iklan Rejoice rich3in 1 bisa membuat penonton tertawa dan tertarik untuk menonton iklan.....	67
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Iklan Rejoice rich 3in1 versi Kiky saputri menarik dan mampu memikat para konsumen.... Tanggapan Responden Tentang Kiky Saputri dapat menyampaikan pengenalan merek Rejoice rich 3in1 dalam iklan dengan baik.....	68
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Kiky saputri dapat menghidupkan cerita yang telah dikonsep pada iklan sampo	69
Tabel 4.14	rejoice rich 3 in1 sehingga relate pada kehidupan sehari-hari...	

	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk variabel Humor dalam Iklan	69
Tabel 4.15	Pedoman Interpretasi variabel humor dalam iklan.....	
	Interpretasi Data Untuk setiap Pertanyaan pada Konsumen	70
Tabel 4.16	Produk Sampo Rejoice Rich 3in1 di Elsinta Salopa.....	72
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Tentang Apabila diminta untuk menyebutkan merek produk shampo, maka Rejoice adalah	73
Tabel 4.18	merek pertama kali yang muncul dalam benak saya.....	
	Tanggapan Responden Tentang Saya langsung mengenali Shampo Rejoice hanya dengan melihat model produk.....	74
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Warna Hijau yang Khas membuat saya mudah untuk mengingat sampo rejoice.....	74
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Saya membeli produk perawatan rambut dari rejoice karena rejoice merupakan merek	75
Tabel 4.21	yang bagus bagi rambut.....	
	Tanggapan Responden Tentang Rejoice dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan saya dalam memilih produk	76
Tabel 4.22	perawatan rambut.....	
	Tanggapan Responden Tentang Sampo rejoice lebih Familiar daripada merek -merek sampo lainnya.....	77
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Tentang Sampo Rejoice merupakan produk shampoo yang sangat recommended untuk dipakai.....	77
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Tentang Sampo Rejoice mampu membuat rambut menjadi Halus dan wangi sepanjang hari.....	78
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Tentang Sampo Rejoice Mampu mengurangi keluhan rambut rontok.....	79
Tabel 4.26	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk indikator Pengenalan Merek.....	80
Tabel 4.27	Pedoman Interpretasi Variabel pengenalan merek.....	
	Data-data untuk perhitungan Variabel humor dalam iklan	81
Tabel 4.28	terhadap pengenalan merek.....	82
Tabel 4.29		83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar 1.1 Data Top Brand Index Award 2022 kategori Perawatan rambut.....	3
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1	Stuktur Organisasi toko Elsinta.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 : Komentar youtube sampo Rejoice rich 3in1

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 : Pernyataan kuesioner penelitian

Lampiran 5 : Data Responden penelitian

Lampiran 6 : Data Hasil pengolahan Data melalui SPSS

Lampiran 7 : Dokumentasi Observasi pada Toko Elsinta kepada konsumen

Lampiran 8 : Riwayat Hidup

