

ABSTRAK

Risa Amelia, 3402190395."Pengaruh penggunaan humor dalam iklan terhadap pengenalan merek(Suatu Studi pada iklan televisi Sampo Rejoice Rich 3in1 X Kiky Saputri pada Konsumen Toko Elsinta)".Dibawah bimbingan Dr. Nana Darna, S.E., M.M(Pembimbing I) dan Anisa Lisara, S.pd., M.M(Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Penggunaan humor dalam iklan terhadap pengenalan merek (Suatu studi pada iklan televisi sampo rejoice rich 3in1 X Kiky Saputri pada Konsumen Toko Elsinta). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1]. Bagaimana penilaian konsumen di toko elsinta terhadap penggunaan humor dalam iklan rejoice rich 3in1 versi kiky saputri?.2]. Bagaimana pengenalan merek dalam iklan rejoice rich 3in1 versi kiky saputri pada konsumen di toko Elsinta?.3]. Bagaimana pengaruh penggunaan humor dalam iklan rejoice rich 3in1 versi Kiky Saputri terhadap pengenalan merek produk tersebut?.Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode survey menggunakan pendekatan kuantitatif.Analisis data menggunakan Analisis deskriptif dan analisis asosiatif yaitu Analisis Koefisien Korelasi, Analisis Determinasi dan Uji hipotesis menggunakan uji signifikansi (uji t).Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa penilaian konsumen perpengaruh positif dan signifikan terhadap pengenalan merek pada konsumen produk sampo rejoice rich 3in1 dengan tingkat klasifikasi hubungan yang kuat. Terdapat pengaruh pengenalan merek dalam iklan rejoice rich 3in1 versi kiky saputri pada konsumen toko elsinta. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan humor dalam iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengenalan merek pada konsumen sampo rejoice rich 3in1 di toko Elsinta dengan tingkat klasifikasi kuat.

Kata kunci : pengenalan merek, humor dalam iklan, iklan rejoice rich 3in1, konsumen.