

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Profil Produk Penelitian	2
1.2. Latar Belakang Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah.....	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian	20
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	20
1.5.2 Manfaat Praktis	20

1.6 Waktu dan Periode Penelitian	20
BAB 2	22
TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Tinjauan Pustaka.....	22
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	22
2.1.2 Iklan	23
2.1.3 Daya Tarik Humor	24
2.1.4 Sikap Khalayak Terhadap Iklan.....	24
2.1.5 Minat Beli.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.2.1 Skripsi	27
2.2.2 Jurnal	33
2.2.3 Jurnal Internasional	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	44
2.4 Hipotesis Penelitian	46
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	47
BAB 3	48
METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Operasionalisasi dan Skala Pengukuran.....	48
3.2.1 Operasional Variabel.....	48

3.3 Skala pengukuran.....	54
3.4 Populasi dan Sampel	55
3.4.1 Populasi	55
3.4.2 Sampel	56
3.5 Teknik Sampling.....	57
3.5.1 Data Primer.....	57
3.5.2 Data Sekunder.....	58
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.6.1 Uji Validitas.....	58
3.6.2 Uji Reliabilitas	61
3.7 Teknik Analisis Data.....	63
3.7.1 Analisis Data Deskriptif.....	64
3.7.2 Method of Successive Interval (MSI)	66
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	68
3.7.3.1 Uji Normalitas	68
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas	68
3.7.3.3 Uji Multikolinearitas.....	69
3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	69
3.7.5 Uji Koefisiensi Determinasi	70
3.7.6 Uji Hipotesis	71
3.7.6.1 Uji Simultan (Uji F)	71

3.7.6.2 Uji Parsial (Uji T)	71
BAB IV	73
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Karakteristik Responden	73
4.2 Hasil Penelitian.....	76
4.2.1 Hasil Analisi Deskriptif	76
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Daya Tarik Humor (X1)	76
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Sikap Khalayak Pada Iklan (X2)	78
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Beli (Y)	82
4.3 Transformasi Data Method of Successive Interval (MSI)	84
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.4.1 Uji Normalitas	84
4.4.2 Uji Heterokedastisitas	86
4.4.3 Uji Multikolinieritas	87
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.6 Koefisien Determinasi	89
4.7 Uji Hipotesis	90
4.7.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	90
4.7.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	91
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	92

4.8.1 Variabel Daya Tarik Humor (X1)	93
4.8.2 Variabel Sikap Khalayak Pada Iklan (X2)	94
4.8.2.1 Sub Variabel Kognitif	95
4.8.2.2 Sub Variabel Afektif	95
4.8.2.3 Sub Variabel Konatif	96
4.8.3 Variabel Minat Beli	97
4.8.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan Humor dan Sikap Khalayak Pada Iklan Laurier Healthy Skin versi “Digaruk Salah” Terhadap Minat Beli	98
BAB V	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	101
5.2.1 Saran Teoritis	101
5.2.2 Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian.....	20
Tabel 2.1 Skripsi.....	27
Tabel 2.2 Jurnal Nasional.....	33
Tabel 2.3 Jurnal Internasional	38
Tabel 3.1 Oprasionalisasi Variabel.....	49
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	55
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Daya Tarik Humor)	59
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Sikap Khalayak Pada Iklan).....	60
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli).....	61
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Daya Tarik Humor)	62
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Sikap Khalayak Pada Iklan)	63
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y1 (Minat Beli)	63
Tabel 3.9 Kategori Penilaian Presentase.....	66
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Humor (X1).....	76
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Humor	79
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli (Y)	82
Tabel 4.4 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	85
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	87
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi.....	89
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	90
Tabel 4.9 Hasil Uji T	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Laurier	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1.2 Cuplikan Iklan Laurier Healthy Skin Versi “Digaruk Salah”	2
Gambar 1.3 Cuplikan Iklan Laurier Healthy Skin Versi “Digaruk Salah”	3
Gambar 1.4 Cuplikan Iklan Laurier Healthy Skin Versi “Digaruk Salah”	4
Gambar 1.5 Cuplikan Iklan Laurier Healthy Skin Versi “Digaruk Salah”	4
Gambar 1.6 Top 25 countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018	7
Gambar 1.7 Jumlah Viewers Iklan Laurier Healthy Skin Versi “Digaruk Salah”	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1.8 Jumlah Viewers Iklan Laurier Double Comfort versi Bebas Non Stop Jadi Cewek”	13
Gambar 1.9 Jumlah Viewers Iklan Softex Daun Sirih	14
Gambar 1.10 Jumlah Viewers Iklan Charm Body Fit Extra Maxi	14
Gambar 1.11 Jumlah Viewers Iklan Kotex Fresh Lingers Anti Bakteri.....	15
Gambar 1.12 Jumlah Viewers Iklan Avail Sanitary Pad	15
Gambar 1.13 Cuplikan iklan Laurier Healthy Skin “digaruk salah” pada <i>twitter</i>	17
Gambar 1.14 Cuplikan iklan Laurier Healthy Skin “digaruk salah” pada <i>instagram</i>	18
Gambar 1.15 Cuplikan iklan Laurier Healthy Skin “digaruk salah” pada <i>instagram</i>	18
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 3.1 Jumlah Viewers Iklan Laurier	55
Gambar 3.2 Rumus Perhitungan Jumlah Sampel	56
Gambar 3.3 Rumus Korelasi Product Moment	59
Gambar 3.4 Rumus Koefisien Alfa	61

Gambar 3.5 Garis Kontinum	66
Gambar 3.6 Rumus Uji Hipotesi (Uji t).....	72
Gambar 4.1 Screening Question 1	73
Gambar 4.2 Screening Question 2.....	74
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Gambar 4.5 Garis Kontinum Variabel Daya Tarik Humor (X1)	78
Gambar 4.6 Garis Kontinum Variabel Sikap Khalayak Pada Iklan (X2)	82
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel Minat Beli (Y)	84
Gambar 4.8 Hasil Uji P-Plot	85
Gambar 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	110
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Untuk Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	112
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden Variabel X1 Daya Tarik Humor.....	114
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden Variabel X2 Daya Sikap Khalayak Pada Iklan	124
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden Variabel Y Minat Beli	134
Lampiran 4 Tabel Methods of Successive Interval (MSI) Variabel (X1) Daya Tarik Humor	144
Lampiran 4 Tabel Methods of Successive Interval (MSI) Variabel (X2) Sikap Khalayak Pada Iklan	154
Lampiran 4 Tabel Methods of Successive Interval (MSI) Variabel (Y) Minat Beli.....	163
Lampiran 5 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dan P-Plot	173
Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas.....	174
Lampiran 7 Multikolinieritas	174
Lampiran 8 Analisis Regresi Linear Berganda	174
Lampiran 9 Koefisien Determinasi.....	175
Lampiran 10 Uji F	175
Lampiran 11 Uji T	175

