

ABSTRAK

Persaingan global pada saat sekarang ini menuntut perusahaan untuk saling bersaing dalam memasarkan dan menjual produknya. Dengan banyaknya konsumen yang menentang ataupun yang biasa saja terhadap periklanan, strategi seperti *product placement* menjadi momentum.

Beberapa teori dan fakta mengatakan bahwa *product placement* dalam film dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan adanya merek tersebut dari nilai merek (*brand equity*) yang sudah dibangun melalui strategi pemasaran lainnya sehingga perusahaan akan mengetahui kinerja merek tersebut dipasaran. Smartfren telah meraih pangsa *smartphone* berbasis *android* urutan kedua dan peringkat *brand equity internet provider* urutan ketiga di Indonesia. Untuk meningkatkan penjualan Smartfren agar mengalahkan pesaing maka dilakukan promosi lewat film, yaitu dalam film *The Raid 2 Berandal*. Dalam melakukan promosi *product placement* ini belum diketahui apakah akan meningkatkan *brand equity* Smartfren. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *product placement* film *The Raid 2 Berandal* terhadap *brand equity* Smartfren.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan kuantitatif. Data primer diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada 391 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive* sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *product placement* sebagai variabel bebas dan *brand equity* sebagai variabel terikat.

Berdasarkan tanggapan responden terdapat pengaruh yang signifikan antara *product placement* *The Raid 2 Berandal* terhadap *Brand Equity* Smartfren. Hasil penelitian menunjukkan nilai berada pada kategori tinggi pada semua variabel, baik variabel bebas (*product placement*) dan variabel terikat (*brand equity*).

Promosi *product placement* dalam film berating tinggi harus tetap dilakukan pihak Smartfren, karena hal tersebut berdampak positif terhadap *brand equity* perusahaan.

Kata kunci: *product placement, brand equity*

