

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	7
DAFTAR GAMBAR .....	11
DAFTAR TABEL.....	12
BAB I .....	13
PENDAHULUAN .....	13
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	13
1.2    Latar Belakang Penelitian .....	15
1.2    Rumusan Masalah .....	21
1.3    Tujuan Penelitian.....	22
1.4    Manfaat Penelitian.....	22
1.5    Manfaat Teoritis .....	22
1.5.1    Manfaat Praktis.....	22
1.6    Waktu dan Periode Penelitian .....	23
BAB II.....	24
TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1    TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN .....	24
2.1.1 <i>Marketing</i> .....	24
2.1.2    Advertising.....	24
2.1.3    Advertising.....	25

2.1.4	Product Placement .....	26
2.1.5	Definisi Product Placement.....	26
2.1.5.2	Tujuan Product Placement .....	26
2.1.5.3	Dimensi Product Placement .....	27
2.1.5.4	Keuntungan Product Placement.....	30
2.1.5.5	Kerugian Product Placement .....	32
2.1.6	<i>Brand</i> .....	34
2.1.6.1	Definisi <i>Brand</i> .....	34
2.1.6.2	Brand Equity.....	35
2.1.6.3	Brand Awareness .....	36
2.1.6.3	Tingkat Brand Awareness .....	36
2.1.6.4	Pengaruh Product Placement Terhadap Brand Awareness Pada Film atau Drama...37	
2.2	PENELITIAN TERDAHULU.....	38
2.2.1	SKRIPSI.....	38
2.2.2	Jurnal Nasional .....	42
2.2.3	Jurnal Internasional.....	43
2.2.1	Analisis Penelitian Terdahulu .....	45
2.3	KERANGKA PEMIKIRAN .....	46
2.4	HIPOTESIS PENELITIAN.....	47
2.5	RUANG LINGKUP PENELITIAN .....	47
BAB III.....		48
METODOLOGI PENELITIAN.....		48
3.1	Paradigma Penelitian .....	48
3.2	Variabel Oprasional.....	49
3.2.1	Variabel Independen/Bebas .....	49

3.2.2 Variabel Dependen/Terikat .....	49
3.2.1 Skala Pengukuran .....	53
3.3 Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel .....	53
3.3.1 Populasi .....	53
3.3.2 Sampel.....	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1 Data Pimer .....	55
3.4.2 Data Sekunder .....	55
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	56
3.5.1 Uji Validitas .....	56
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	58
3.6 Uji Method Succesive Interval (MSI) .....	59
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	60
3.7.1 Uji Normalitas .....	60
3.8 Teknik Analisis Data .....	60
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	60
3.8.2 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	62
3.8.3 Koefisiensi Determinasi.....	63
3.9 Uji Hipotesis .....	63
3.9.1 Uji T.....	63
<b>BAB IV.....</b>	<b>64</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	64
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	65

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.2 Hasil Penelitian .....	66
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	66
4.2. Tanggapan Responden Mengenai Product Placement.....	66
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Brand Awareness.....	74
4.2.2 Methode of Succesive Interval (MSI).....	76
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	77
4.2.4 Uji Normalitas .....	77
4.2.5 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	78
4.2.5.1 Pengujian Hipotesis .....	79
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	79
4.2.7 Uji Parsial (Uji T).....	80
4.2.8 Koefisien Determinasi .....	81
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
BAB V .....	86
KESIMPULAN DAN SARAN .....	86
5.1 Kesimpulan .....	86
5.2.1 Saran Akademis.....	86
5.2.2 Saran Praktis.....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN .....	90
Lampiran 1 : kuesioner penelitian.....	90
Lampiran 2: Hasil Tabulasi .....	90
Lampiran 3: Hasil Transformasi Data Ordinal Ke Data Interval MSI.....	94
Lampiran 4: Hasil Grafik Histogram .....	100