

## **DAFTAR ISI**

BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	12
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	12
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	12
1.6 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	14
2.2 Definisi Teori dan Konsep.....	14
2.3 Brand .....	14
2.4 Brand Awareness .....	14
2.5 Product Placement .....	15
2.6 Penelitian Terdahulu .....	17

2.7 Kerangka Pemikiran .....	25
2.8 Hipotesis Penelitian .....	25
2.9 Ruang Lingkup .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	27
3.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	27
3.3 Populasi dan Sampel .....	33
3.3.1 Populasi .....	33
3.3.2 Sampel .....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
3.5.1 Uji Validitas .....	
35 3.5.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.6 Teknik Analisis Data .....	39
3.6.1 Analisis Data .....	39
3.6.2 Methid od Succesive Interval (MSI) .....	39
3.6.3 Uji Normalitas .....	40

3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	40
3.6.5 Koefisien Determinasi .....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	42
4.1 Pengumpulan Data .....	42
4.2 Karakteristik Responden .....	42
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.3 Hasil Penelitian .....	43
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	43
4.3.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Product Placement (X) .....	43
4.4 Methods Of Succesive Interval (MSI) .....	44
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	56
4.5.1 Uji Normalitas .....	56
4.5.2 Analisis Koefisien Korelasi .....	57
4.5.3 Regresi Linear Sederhana .....	
58 4.5.4 Aanalis Koefisien Determinasi .....	59
4.6 Uji Hipotesis .....	60
4.6.1 Uji F (Simultan) .....	62

4.7 Pembahasan Penelitian .....	62
4.7.1 Pengaruh Product Placement Terhadap Brand Awareness Samsung Dalam Indonesia's Next Top Model Cycle 2 .....	63
4.7.2 Besaran Pengaruh Product Placement Terhadap Brand Awareness Samsung Dalam Indonesia's Next Top Model Cycle 2 .....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	67
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	67
5.2.1 Saran Akademis .....	67
5.2.2 Saran Praktis .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN .....	71