DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAM PEMBIMBING ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA v

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI vi

ABSTRAKSI vii

ABSTRACT viii

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 10

D. Manfaat Penelitian 10

E. Sistematika Penulisan 11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Penempatan Produk (*Product Placement*) 13

B. Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) 20

C. Sikap (*Attitude*) 22

D. Hubungan Antar Variabel 25
1. Hubungan *Product Placement* dengan *Brand Awareness* 25
2. Hubungan *Product Placement* dengan *Attitude* 26
3. Hubungan *Brand Awareness* dengan *Attitude* 28
E. Penelitian Terdahulu 29
F. Model Penelitian 32
G. Hipotesis Penelitian 33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 36
B. Ukuran Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel 36
C. Jenis Data Penelitian 38
D. Teknik Pengumpulan Data 38
E. Variabel Operasional dan Pengukurannya 39
1. Variabel Operasional 39
2. Pengukuran 41
3. Skala Pengukuran 43
F. Teknik Analisis Data 44
1. Uji Validitas 44
2. Uji Reliabilitas 45
3. Uji Asumsi Klasik 45
4. Analisis Regresi 48
5. Pengujian Hipotesis 49
6. Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*) 50

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Demografi Responden 52

B. Uji Validitas 54

C. Uji Reliabilitas 56

D. Uji Asumsi Klasik 57

1. Uji Normalitas 57

2. Uji Multikolinieritas 57

3. Uji Heteroskedastisitas 58

E. Analisis Regresi 59

1. Analisis Regresi Model 1 59

2. Analisis Regresi Model 2 60

F. Uji Hipotesis 61

1. Uji T 61

2. Uji F 63

3. Koefisien Determinasi 64

G. Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*) 65

H. Pembahasan 68

BAB V PENUTUP

A. Simpulan 73

B. Implikasi Manajerial 74

C. Saran Bagi Penelitian Yang Akan Datang 75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Yearly Box Office 2016 4

Tabel 1.2 10 Film Indonesia Peringkat Teratas Tahun 2016 6

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 29

Tabel 3.1 Operasional Variabel 41

Tabel 3.2 Skala Pengukuran 44

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia 53

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Genre Film yang Disukai 53

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Film Setiap Bulan 54

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas 55

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas 56

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas 57

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikoliniearitas 57

Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas 58

Tabel 4.10 Analisis Regresi Model 1 59

Tabel 4.11 Analisis Regresi Model 2 60

Tabel 4.12 Hasil Uji T Pengaruh *Product Placement* terhadap *Brand Awareness* 62

Tabel 4.13 Hasil Uji T Pengaruh *Product Placement* dan *Brand Awareness* terhadap *Viewers Attitude* 62

Tabel 4.14 Hasil Uji F 63

Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R Square) *Product Placement* terhadap

Brand Awareness 64

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) *Product Placement* dan *Brand Awareness* terhadap *Viewers Attitude* 65

Tabel 4.17 Koefisien Variabel *Product Placement* Terhadap *Brand Awareness* 65

Tabel 4.18 Koefisien Variabel *Product Placement* dan *Brand Awareness* Terhadap *Viewers Attitude* 66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida *Brand Awareness* 21

Gambar 2.2 Model Penelitian 32

Gambar 3.1 Analisis Regresi..... 48

Gambar 4.1 Interpretasi Dari Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*) 67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabel Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3 Output SPSS Karakteristik Responden

Lampiran 4 Output SPSS Uji Validitas Data

Lampiran 5 Output SPSS Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Output SPSS Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Output SPSS Analisis Regresi Model 1

Lampiran 8 Output SPSS Analisis Regresi Model 2

Lampiran 9 Output SPSS Uji T Pengaruh *Product Placement* terhadap *Brand Awareness*

Lampiran 10 Output SPSS Uji T Pengaruh *Product Placement* dan *Brand Awareness* terhadap *Viewers Attitude*

Lampiran 11 Output SPSS Uji F

Lampiran 12 Output SPSS Uji koefisien Determinasi (R Square) *Product Placement* terhadap *Brand Awareness*

Lampiran 13 Output SPSS Uji Koefisien Determinasi (R2) *Product Placement* dan *Brand Awareness* terhadap *Viewers Attitude*

Lampiran 14 Foto Copy Agenda Pembimbingan