

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Scarlett Whitening	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teoritis	12
2.1.1 Teori S-O-R (Stimulus – Organism – Response	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.3 <i>Advertising</i>	15
2.1.4 <i>Product Placement</i>	16
2.1.5 <i>Brand Awareness</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis Penelitian	25
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	28
3.2.1 Operasional Variabel	28
3.1.1 Skala Pengukuran.....	32

3.2	Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1	Data Primer	34
3.4.2	Data Sekunder	34
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.5.1	Uji Validitas	34
3.5.2	Uji Reliabilitas	36
3.6	Teknik Analisis Data	38
3.6.1	Analisis Deskriptif	38
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	40
3.6.3	Uji Regresi Linear Sederhana	41
3.6.4	Koefisien Korelasi	41
3.6.5	Koefisien Determinasi	42
3.6.6	Uji Hipotesis (Uji T)	42
	DAFTAR PUSTAKA	68