

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
BAB III METODE PENELITIAN	27
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 Method 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 Aanalisis 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