

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	12
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	15
1.3 Perumusan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	22
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu	22
2.1.2 <i>Product Placement</i>	22
2.1.3 <i>Brand Recall</i>	23
2.1.4 <i>Brand Evaluation</i>	24
2.1.5 <i>Program Liking</i>	24
2.1.6 <i>Psychological Trait Reactance</i>	25
2.1.7 <i>Program Involvement</i>	25

2.1.8	<i>Level of Disclosure</i>	25
2.1.9	Penelitian Terdahulu.....	27
2.2	Kerangka Pemikiran	40
2.3	Hipotesis Penelitian	41
2.3.1	Level of disclosure dan brand memory	41
2.3.2	Level of Disclosure dan Program Liking.....	42
2.3.3	Program Involvement sebagai Moderator	43
2.3.5	Level of Disclosure dan Brand Evaluation.....	44
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1	Karakteristik Penelitian	46
3.2	Alat Pengumpulan Data.....	47
3.2.1.	Variabel Penelitian.....	47
3.2.2.	Skala Pengukuran	53
3.3	Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	54
3.4	Populasi dan Sampel.....	55
3.4.1.	Populasi	55
3.4.2.	Teknik Sampling.....	56
3.4.3.	Sampel	56
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	58
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.7	Teknik Analisis Data	62
3.7.1.	Uji Normalitas	62
3.7.2.	Structural Equation Modelling (SEM).....	62
3.7.3.	Model Analisis Data Partial Least Squatre (PLS)	63
3.7.4.	Pengukuran Outer Model (Outer Model)	64
3.7.5.	Pengukuran Struktural (Inner Model).....	66
3.8	Pengujian Hipotesis	67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Karakteristik Responden.....	68
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	71
4.2. Hasil Penelitian.....	71
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
4.2.2 Pengujian Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	79
4.2.3 Uji Hipotesis	83
4.3 Hasil Pembahasan Penelitian.....	86
4.3.1 Pengaruh <i>Level of Disclosure</i> terhadap <i>Brand Recall</i>	86
4.3.2 Pengaruh <i>Level of Disclosure</i> terhadap <i>Program Liking</i>	87
4.3.3 Pengaruh <i>Program Involvement</i> memoderasi <i>Level of Disclosure</i> terhadap <i>Program Liking</i>	88
4.3.4 Pengaruh <i>Psychological Trait Reactance</i> memoderasi <i>Level of Disclosure</i> terhadap <i>Program Liking</i>	89
4.3.5 Pengaruh <i>Program Liking</i> memediasi <i>Level of Disclosure</i> terhadap <i>Brand Evaluation</i>	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1. Kesimpulan.....	91
5.2. Saran	91
5.2.1 Saran Praktis	91
5.2.2 Saran Teoritis.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN	101