

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK	i
---------------	---

ABSTRACT	ii
----------------	----

KATA PENGANTAR	iii
----------------------	-----

DAFTAR ISI.....	v
-----------------	---

DAFTAR TABEL	ix
--------------------	----

DAFTAR GAMBAR.....	xi
--------------------	----

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
-------------------------------------	---

1.2 Rumusan Masalah	7
---------------------------	---

1.3 Tujuan Penelitian	8
-----------------------------	---

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis	8
------------------------------	---

1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
----------------------------	---

1.5 Tahapan Penelitian	9
------------------------------	---

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
---------------------------------------	---

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	10
--------------------------------	----

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Komunikasi Pemasaran	24
----------------------------------	----

2.2.2 Periklanan	26
------------------------	----

2.2.3 Teori S-O-R.....	27
------------------------	----

2.2.4 <i>Product Placement</i>	29
2.2.5 Keputusan Pembelian	32
2.3 Hipotesis Penelitian.....	34
2.4 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	
3.3.1 Objek Penelitian	39
3.3.2 Subjek Penelitian.....	39
3.4 Operasional Variabel.....	41
3.4.1 Skala Pengukuran	45
3.5 Populasi dan Sampel	
3.5.1 Populasi	46
3.5.2 Sampel	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data	48
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	
3.7.1 Uji Validitas	48
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.8 Uji Asumsi Klasik	
3.8.1 Uji Normalitas	51
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	51
3.9 Teknik Analisis Data	
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.9.2 MSI.....	54

3.9.3 Analisis Regresi Sederhana	55
3.9.4 Koefisien determinasi	56
3.9.5 Uji Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden	
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.2 Berdasarkan Usia.....	59
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan	60
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 <i>Product Placement</i> Samsung Menurut Responden	62
4.2.1.1 Dimensi <i>Product Placement</i> Samsung Menurut Responden	
4.2.1.1.1 <i>Visual Placement</i>	68
4.2.1.1.2 <i>Auditory Placement</i>	71
4.2.1.1.3 <i>Plot Connection Placement</i>	73
4.2.2 Keputusan Pembelian Samsung Menurut Responden.....	76
4.2.3 Uji Asumsi	
4.2.3.1 Uji Normalitas	82
4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas	84
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	85
4.2.5 Koefisien Determinasi	86
4.2.6 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	86
4.3 Pembahasan	
4.3.1 <i>Product Placement</i> Samsung Dalam Serial Drama Korea	87
4.3.2 Keputusan Pembelian Produk Samsung.....	89
4.3.3 Pengaruh <i>Product Placement</i> Terhadap Keputusan Pembelian	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	95
5.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN