

DAFTAR ISI

<i>KATA PENGANTAR</i>	1
<i>BAB 1</i>	6
<i>PENDAHULUAN</i>	9
1.1 Latar Belakang Penelitian	9
1.2 Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah	14
1.2.1 Identifikasi Masalah	14
1.2.1 Rumusan Masalah.....	15
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian	16
1.4.1 Kegunaan Praktis	16
1.4.2 Kegunaan Akademik	16
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian	17
1.5.1 Lokasi Penelitian	17
1.5.2 Waktu Penelitian.....	17
<i>BAB II</i>	19
<i>KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</i>	19
2.1 Kajian Pustaka	19
2.1.1 Product Placement	19
2.1.2 Citra Merek.....	23
2.1.3 <i>Audience Recall</i>	26
2.2 Kerangka Pemikiran	34
2.2.1 Hubungan Product Placement terhadap Audience Recall	35
2.2.2 Hubungan Brand Image terhadap Audience Recall	35
2.2.3 Hubungan Product Placement dan Brand Image terhadap Audience Recall.	36
2.3 Hipotesis	37

BAB III.....	39
OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.2.1 Desain Penelitian	41
3.2.2 Variable Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	47
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.2.5 Rancangan Analisis Dan Pengujian Hipotesis.....	58
BAB IV.....	69
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	69
4.1.1 Sejarah Perusahaan	69
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	71
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	72
4.2 Karakteristik Responden	75
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	75
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	80
4.3 Analisis Deskriptif	82
4.3.1 Analisis Deskriptif Product Placement.....	82
4.3.2 Analisis Deskriptif Brand Image	91
4.3.3 Analisis Deskriptif Audience Recall	102
4.4 Analisis Verifikatif.....	112
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	113
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	115

4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi	120
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	124
4.4.5 Pengujian Hipotesis	127
4.5 Pembahasan	132
4.5.1 Pengaruh Product Placement Terhadap Audience Recall	132
4.5.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Audience Recall.....	133
4.5.3 Pengaruh Antara Product Placement dan Brand Image Terhadap Audience	134
Recall	134
<i>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</i>.....	<i>135</i>
5.1 Kesimpulan.....	135
5.2 Saran	136
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>.....	<i>138</i>