

DAFTAR ISI

Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Kelulusan Ujian.....	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi.....	iv
<i>Abstract</i>	v
Abstrak	vi
Motto dan Persembahan.....	vii
Kata Pengantar	ix
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1. Iklan.....	12
2.1.1.1. Menentukan Tujuan Iklan.....	12
2.1.1.2. Memilih Diantara Jenis-Jenis Iklan.....	13
2.1.1.3. Pilihan Iklan Alternatif.....	14
2.1.2. Product Placement.....	15
2.1.2.1. Latar Belakang Perkembangan Product Placement	19
2.1.2.2. Tujuan Product Placement.....	20
2.1.2.3. Media Dalam Product Placement.....	22
2.1.2.4. Keunggulan Product Placement.....	25
2.1.2.5. Kekurangan Product Placement.....	27
2.1.3. Demografi.....	28
2.1.4. Genre Film.....	30
2.1.5. Movie Viewers Frequency.....	31
2.1.6. Sikap.....	31
2.1.6.1. Karakteristik Sikap Konsumen.....	34
2.1.6.2. Sikap Audience terhadap PP dalam Film.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	48
3.5 Teknis Analisis Data.....	49

3.6 Metode Analisis	50
3.6.1. Uji Kualitas Data.....	50
3.6.2. <i>Analysis Of Variance</i>	51
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
4.2 Analisis Deskriptif	57
4.3 Uji Realibilitas.....	61
4.4 Uji Validitas.....	61
4.5 Uji Anova.....	64
4.5.1. Komparasi Respon Faktor Sikap Terhadap MVF.....	64
4.5.2. Komparasi Respon Faktor Sikap Terhadap Genre Film.....	67
4.5.3. Komparasi Respon Faktor Sikap Terhadap Var. Demografis.....	69
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3 Agenda Penelitian Mendatang.....	74
5.4 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82