

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kontribusi Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
2. Bauran Pemasaran .....	8
3. Perilaku Konsumen .....	10
4. <i>Planned Behavior Theory</i> .....	13
5. <i>Product Placement</i> .....	14
6. Film .....	20
7. Keputusan Pembelian.....	21
8. Penelitian Terdahulu .....	27
B. Pengembangan Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
B. Desain Penelitian .....	32
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	34
1. Definisi Variabel .....	34
2. Definisi Operasional Variabel.....	35
D. Skala Pengukuran .....	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	38
1. Populasi Penelitian .....	38
2. Sampel Penelitian.....	39
F. Metode Pengumpulan Data.....	39
G. Metode Analisis Data.....	40
1. Uji Validitas .....	40
2. Uji Reliabilitas .....	40
3. Uji Normalitas.....	41
4. Uji Homogenitas .....	41

H. Prosedur Penelitian .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
B. Deskriptif Responden .....	48
C. Hasil Perhitungan .....	49
1. Statistik Deskriptif .....	49
2. Uji Instrumen .....	51
3. Uji Normalitas.....	53
4. Uji Homogenitas .....	54
5. Uji Hipotesis .....	55
6. Uji Independent Test.....	57
7. <i>Effect Size</i> .....	58
D. Pembahasan .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

