

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kontribusi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen.....	11
3. <i>Product Placement</i>	17
4. <i>Subliminal</i>	23
5. Minat Beli	30
6. Penelitian Terdahulu	32
B. Pengembangan Hipotesis.....	35
1. Pengaruh <i>Product Placement</i> Terhadap Minat Beli	36
2. Rerangka Konseptual	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	40
1. Definisi Variabel	40
a. Variabel <i>Independent</i>	40
b. Variabel <i>Dependent</i>	40
c. Variabel Kontrol	41
2. Operasionalisasi Variabel.....	41
a. Variabel <i>Product Placement</i>	41
b. Variabel Minat Beli Konsumen.....	41
D. Skala pengukuran.....	43
E. Populasi dan Sampel Penelitian	43
1. Populasi Penelitian	43
2. Sampel Penelitian	44
F. Metode Pengumpulan Data	45

G. Metode Analisis Data.....	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas.....	46
3. Uji Normalitas.....	46
4. Uji Homogenitas.....	47
5. Prosedur Penelitian.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Tentang Perusahaan.....	51
B. Deskriptif Responden.....	52
C. Hasil Perhitungan.....	55
1. Statistik Deskriptif.....	55
2. Uji Instrumen.....	58
3. Uji Normalitas.....	60
4. Uji Homogenitas.....	61
5. Uji Hipotesis.....	62
6. Uji <i>Independent Test</i>	63
7. <i>Effect Size</i>	64
D. Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	76