

DAFTAR ISI

Lembar judul.....	i
Lembar pengesahan.....	ii
Lembar pernyataan.....	iii
Kata pengantar.....	iv
Daftar isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Intisari.....	xii
Abstract.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan penelitian.....	7
1.5. Manfaat penelitian.....	7
1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9

2.1. Product Placement	9
2.2. Purchase Intention.....	11
2.3. Pengembangan Hipotesis	12
2.3. Model Penelitian	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	15
3.1. Strategi Penelitian.....	15
3.2. Definisi Operasional dan Skala Pengukuran	15
3.3. Metode Pengambilan Sampel.....	19
3.4. Objek Penelitian	39
3.4.1 Asia's Next Top Model Siklus ke-5.....	19
3.5.2. Maybelline	23
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	24
3.6. Instrumen Riset.....	25
3.7. Uji Instrumen Riset.....	26
3.8. Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1. Gambaran Umum Responden.....	29
4.2 Uji Instrumen	32
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	35
4.4 Hasil Analisis Regresi Berganda	36
4.5 Uji Hipotesis	38
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	41

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
5.1. Kesimpulan.....	44
5.2. Keterbatasan Penelitian	45
5.3 Implikasi Manajerial.....	46
Daftar Pustaka.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	17
Tabel 4.1. Frekuensi Umur Responden.....	31
Tabel 4.2. Pengeluaran per bulan Responden	32
Tabel 4.3. Nilai Cronbach's Alpha.....	33
Tabel 4.4. Tabel KMO and Bartlett's Test.....	34
Tabel 4.5. Hasil Faktor Analisis	35
Tabel 4.6. Deskripsi Jawaban Responden	36
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi	37
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikoleniaritas.....	38
Tabel 4.9. Hasil Uji F.	39
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Penelitian	14
Gambar 3.1 : Juri Asia's Next Top Model Siklus.....	43
Gambar 3.2 : Peserta Asia's Next Top Model Siklus 5.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	48
Lampiran 2. Hasil Analisis Regresi	