

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* PADA PRODUK KOPI
LUWAK DALAM SINETRON “IKATAN CINTA” TERHADAP *BRAND
AWARENESS* MELALUI *BRAND RECALL***

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



Winda Nur Fauzia

2017.69.10.0002

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2021

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* PADA PRODUK KOPI
LUWAK DALAM SINETRON “IKATAN CINTA” TERHADAP *BRAND
AWARENESS* MELALUI *BRAND RECALL***

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



Winda Nur Fauzia

2017.69.10.0002

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul : Analisis Pengaruh *Product Placement* Pada Produk Kopi Luwak Dalam Sinetron “Ikatan Cinta” Terhadap *Brand Awareness* Melalui *Brand Recall*
2. Disusun Oleh : Winda Nur Fauzia
3. NIM : 201769100002
4. Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
5. Jurusan : Administrasi Bisnis
6. Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan
di depan tim penguji
Pasuruan, 26 Agustus 2021

Menyetujui.



Kaprodi,
Nur Afizah, S.Sos., M.AB
NIP. 0691502001

Pembimbing,
Miftahul Huda, S.Sos., M.AB
NIP. 0691508056

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN, PADA :

HARI : Kamis

TANGGAL : 26 Agustus 2021

JAM : 13.00 WIB - Selesai

JUDUL : Analisis Pengaruh *Product Placement* Pada Produk Kopi Luwak
Dalam Sinetron "IKATAN CINTA" Terhadap *Brand Awareness*
Melalui *Brand Recall*

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

KETUA PENGUJI



Dr. Any urwatul wusko, S.Sos, M.AB
NIP. Y. 069.11.03.037

ANGGOTA PENGUJI



Nur Ajizah, S.Sos, M.AB
NIP. Y. 069.15.20.01

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos, M.AB
NIP. Y. 069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Winda Nur Fauzia
NIM : 201769100002
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri Bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 26 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,

A 10,000 Indonesian postage stamp (METERAL TEN PUL) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the number 10000. The signature is written in black ink over the stamp.

Winda Nur Fauzia

HALAMAN PERSEMBAHAN

Al-Hamdulillahrabbi'l'amin, Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua, adik dan kakak yang senantiasa memberi doa dan dukungan guna kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Juga saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang tetap konsisten untuk dalam menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

MOTTO

KONSISTENSI sangat dibutuhkan dalam mengerjakan sesuatu, sebab "Sukses tak hanya tentang kebesaran, namun juga konsisten. Kerja keras yang dilakukan dengan konsisten akan menuju pada kesuksesan". (Dwayne Johnson)

"Sesungguhnya ALLAH SWT tidak akan memberikan beban atau cobaan diluar dari kesanggupan umatnya". (Al-Baqarah Ayat 286)

Setiap fase yang dijalani dengan mendatangkan sebuah pelajaran akan mampu menaikkanmu ke fase fase selanjutnya". (Merry Riana)

ABSTRAK

Pemasaran dapat dilakukan melalui media elektronik, salah satunya TV. Yang saat ini banyak dilihat suatu promosi dilakukan dengan menggunakan strategi *product placement*. Penggunaan strategi *product placement* yang sedemikian rupa, akan memperlihatkan tidak adanya paksaan dalam penampilan produk sponsor (Kotler and Keller, 2014:534).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh *product placement* kopi luwak dalam sinetron ikatan cinta terhadap *brand awareness* dengan menggunakan *brand recall* sebagai *variabel intervening*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 160 responden dengan melalui perhitungan menggunakan rumus *machine* dan penetapan responden menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yaitu responden yang menjadi penonton sinetron ikatan cinta dari kalangan remaja hingga dewasa dan berdomisili di Kota Pasuruan. Data yang digunakan yaitu data primer. Teknik analisis dalam penelitian ini yaitu analisis jalur (*path*).

Penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan 1). *Product placement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness* 2). *Product placement* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand recall* dan 3). *Brand recall* tidak mampu berfungsi sebagai *variabel intervening* antara hubungan *product placement* terhadap *brand awareness*. Hal ini ditunjukkan dari besaran nilai pengaruh langsung yang diperoleh *brand awareness* dari *product placement* sebesar 0,458 lebih besar dari nilai pengaruh secara tidak langsung yang diberikan *product placement* terhadap *brand awareness* dengan melalui *brand recall* yaitu sebesar 0,286.

Kata Kunci : *Product placement, Brand awareness, Brand recall*

ABSTRACT

Marketing can be done through electronic media, one of which is TV. What is currently seen is that a promotion is carried out using a *product placement* strategy. The use of a product placement strategy in such a way will show that there is no coercion in the appearance of the sponsor's product (Kotler and Keller, 2014:534).

This study aims to determine whether there is an effect of Kopi Luwak *product placement* in the soap opera Bond of Love on *brand awareness* by using *brand recall* as an *intervening variable*. The sample used in this study was 160 respondents through calculations using a *machine* formula and the determination of respondents using *purposive sampling* with several criteria, namely respondents who became viewers of love ties soap operas from teenagers to adults and domiciled in Pasuruan City. The data used is primary data. The analysis technique in this research is *path analysis*.

This study obtained results that show 1). *Product placement* has a positive and significant effect on *brand awareness* 2). *Product placement* has a significant positive effect on *brand recall* and 3). *Brand recall* is not able to function as an *intervening variable* between the relationship between *product placement* and *brand awareness*. This is indicated by the direct influence value obtained by brand awareness from *product placement*, which is 0.458, which is greater than the indirect influence value given by *product placement* to *brand awareness* through *brand recall*, which is 0.286.

Keywords: *Product placement, Brand awareness, Brand recall*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “*Analisis Pengaruh Product Placement Pada Produk Kopi Luwak Dalam Sinetron Ikatan Cinta Terhadap Brand Awareness Melalui Brand Recall.*”

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menerima banyak arahan, bimbingan, bantuan serta dorongan moral ataupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Allah SWT, dengan segala rahmat dan karunianya yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, yang selama ini telah memberikan semangat, perhatian, kasih sayang serta doa untuk kelancaran dan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Miftahul Huda, S.Sos., M.AB, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan, semangat serta dukungan kepada penulis dalam menyusun skripsi dari awal hingga skripsi dapat terselesaikan.

4. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB, selaku dekan fakultas ilmu sosial ilmu politik Universitas Yudharta Pasuruan.
5. Nur Ajizah, S.Sos, M.AB, selaku Kaprodi ilmu administrasi bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.
6. Seluruh dosen dan staf akademik yang selalu memberikan ilmu serta pendidikan kepada penulis.
7. Seluruh masyarakat kota pasuruan yang tela meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner sehingga penulis memperoleh data sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Seluruh temen teman se angkatan yang telah memberikan semangat dan masukan kepada penulis.
9. Dan masih banyak lagi pihak – pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga semua kebaikan yang telah diberikan senantiasa di balas oleh Allah SWT. Dan semoga penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Pasuruan, 26 Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Sampul Dalam	i
Tanda Persetujuan	ii
Tanda Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian	iv
Halaman Persembahan	v
Motto	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritik	9
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.4 Hipotesis Penelitian	23
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Lokasi penelitian	25
3.3 Variabel Dan Pengukuran	25
3.4 Populasi Dan Sampel	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Uji Instrumen	33
3.6 Teknik Analisis Data	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data	43
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.3 Gambaran Umum Responden	44
4.4 Analisis Statistik Deskriptif	51
4.5 Uji Instrumen	60
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.7 Uji T	64
4.8 Koefisien Determinasi.....	65
4.9 Analisis Jalur.....	67
4.10 Pembahasan.....	70

BAB V HASIL KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index 2021 (kopi bubuk berampas)	5
Tabel 1.2 Top Brand Index 2021 (White Coffee)	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Skala Likert	29
Tabel 3.3 Nilai r Alpha Indeks Krelasi	34
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Menurut usia	46
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Menurut Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan	48
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Menurut Sumber Informasi Awal	49
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Menurut Aktifitas Penonton	50
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Product Placement	52
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Awareness	55
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Recall	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas	64
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji R Square Model I.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji R Square Model II	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Model I.....	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Model II.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Product Placement luwak hitam dalam sinetron ikatan cinta (Squeezee Frame).....	4
Gambar 1.2 Product Placement luwak white koffie dalam sinetron ikatan cinta (Video Tape).....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 3.1 Diagram Jalur	41
Gambar 4.1 P-Plot Persamaan I	62
Gambar 4.2 P-Plot Persamaan II.....	63
Gambar 4.3 Jalur Struktur I.....	68
Gambar 4.4 Diagram Jalur Struktur II	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae	83
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner	87
Lampiran 4. Statistik Deskriptif.....	99
Lampiran 5. Uji Validitas.....	99
Lampiran 6. Uji Realibilitas.....	101
Lampiran 7. Uji Normalitas	102
Lampiran 8. Uji Linieritas.....	103
Lampiran 9. Uji T.....	104
Lampiran 10. Koefisien Determinasi	104
Lampiran 11. Uji Koefisien Jalur.....	105

