

Pengaruh product placement (penempatan produk) Samsung Galaxy S III pada drama korea Big (2012) terhadap minat beli konsumen = The influence of product placement samsung galaxy S III in big 2012 korean drama toward purchase intention

Ode Pramoedya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20345245&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana pengaruh penempatan produk Samsung Galaxy SIII pada Drama Korea BIG terhadap minat beli konsumen. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang telah menonton Drama Korea BIG dan tergabung dalam komunitas penggemar drama Korea dengan usia 18 tahun keatas. Metode yang peneliti gunakan adalah non-probability sampling serta teknik pengambilan sampel Snowball. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan linear regression. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penempatan produk Samsung Galaxy SIII memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. penempatan produk memiliki hubungan sebesar 4.5% dan sisanya sebesar 95.5% dipengaruhi oleh faktor lain.

.....The objective of this research is to analyze how the effect of product placement of Samsung Galaxy SIII in BIG (2012) Korean Drama toward purchase intention. This is a research with quantitative approach. The sample of this research is 100 viewer of "BIG" Korean Drama that join with Korean Drama Fan Base and already 18 years old. Researher used non-probability sampling method with Snowball technique. This research used questionnaire as research instrument and analyzed with linear regression. The result of this research indicates that product placement of Samsung Galaxy SIII in BIG Drama have a effect toward purchase intention, although it is not strong. Product placement effect purchase intention equal to 4.5% and the residue equal to 95.5% effected by other factors.