

**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN YANG DI MEDIASI OLEH *BRAND AWARENESS*
(Study Pada Produk Gery Saluut Malkist dalam Sinetron Cinta Suci SCTV
di Kauman Ngoro Jombang)**

ABSTRAK

oleh:

Tri Ulani

Dosen Pembimbing :

Erminati Pancaningrum ST,MSM

Penelitian ini dilatarbelakangi pada saat ini banyak sekali iklan produk yang ditempatkan dalam sebuah sinetron. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh product placement terhadap minat beli konsumen dan brand awareness sebagai variabel mediasi. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden penonton setia sinetron cinta suci sctv di desa kauman ngoro jombang. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket dan dianalisis menggunakan analisis SEM-PLS dengan alat Warp PLS 5.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Product Placement* dapat berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen, tetapi *Brand Awareness* menjadi pemediasi parsial antara kedua variabel tersebut.

Kata Kunci : Product Placement, Brand Awareness Dan Minat Beli

***THE EFFECT OF PRODUCT PLACEMENT ON CONSUMER INTERESTS
IN MEDIATION BY BRAND AWARENESS***

**(Study on Product Gey Saluut Malkist the SCTV Cinta Suci SCTV di
Kauman Ngoro Jombang)**

ABSTRAK

By :

Tri Ulani

Supervisor :

Erminati Pancaningrum ST,MSM

This research is motivated at this time a lot of product advertisements placed in a soap opera. The test of this study is to determine the effect of product placement on consumer buying interest and brand awareness as a mediating variable. The sample in this study was 100 respondents loyal viewers of the soap opera holy sctv in the village of Kauman Ngoro Jombang. The instruments in this study used a questionnaire and were analyzed using SEM-PLS analysis with the PLS 5.0 Warp tool. The results of this study indicate that Product Placement can significantly influence consumer purchase interest, but Brand Awareness can mediation parcial between the two variables.

Keywords: Product Placement, Brand Awareness and Purchase Interest