

**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND AWARENESS***

(Studi Pada Produk Kopiko dalam Drama Korea My Demon)

ABSTRAK

Oleh :

Nurul Aini

Dosen Pembimbing

Dr. Erminati Pancaningrum, ST.,MSM

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *product placement* terhadap minat beli konsumen yang dimediasi oleh *brand awareness* pada penonton drama Korea My Demon di kabupaten Jombang. Metode penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah penonton drama Korea My Demon di kabupaten Jombang. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang yang diambil menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis sampling incidental. Teknik analisis data menggunakan WarpPls 5.0. Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas diperoleh hasil bahwa *product placement* dapat mempengaruhi minat beli konsumen secara signifikan dan *brand awareness* dapat memediasi *product placement* dengan minat beli penonton drama Korea My Demon di kabupaten Jombang.

Kata kunci : *product placement, brand awareness, minat beli*