

**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* DAN  
*BRAND AWARENESS* KOPIKO PADA DRAMA KOREA VINCENZO  
TERHADAP MINAT BELI DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Progam Studi Administrasi Bisnis**



**Disusun Oleh :**

**FRISCA SEPTIAULIA FARAGITA**  
**NIM. 1121800016**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* DAN  
*BRAND AWARENESS* KOPIKO PADA DRAMA KOREA  
VINCENZO TERHADAP MINAT BELI DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Progam Studi Administrasi Bisnis**



**Disusun Oleh :**

**FRISCA SEPTIAULIA FARAGITA**

**NIM : 1121800016**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama** : Frisca Septiaulia Faragita

**NPM** : 1121800016

**Judul** : **PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* DAN *BRAND AWARENESS* KOPIKO PADA DRAMA KOREA VINCENZO TERHADAP MINAT BELI DI SURABAYA**

**Surabaya, 30 Juni 2022**

**Dekan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas 17 Agustus 1945  
Surabaya**

**Dosen Pembimbing**



**Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.**  
NPP. 20120.87.0103



**Drs. Agung Pujianto, M.M.**  
NPP. 20120.92.0284

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal :**

**Dewan Penguji :**

**1. Drs. Agung Pujianto, M.M.**

**Ketua**

( *Agung Pujianto* )

**2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.**

**Anggota**

( *Ni Made Ida Pratiwi* )

**3. Dr. IGN. Anom Maruta, M.M.**

**Anggota**

( *IGN. Anom Maruta* )

**Mengesahkan :**

**Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas 17 Agustus 1945  
Surabaya**



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**

**NPP. 20120.87.0103**

## SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Frisca Septiaulia Faragita  
NPM : 1121800016  
Progam Studi : Administrasi Bisnis  
Judul : *PENGARUH PRODUCT PLACEMENT DAN BRAND AWARENESS KOPIKO PADA DRAMA KOREA VINCENZO TERHADAP MINAT BELI DI SURABAYA*

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat merupakan hasil karya saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing , bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.

Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam daftar pustaka penelitian ini. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan kedalam daftar pustaka maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 30 Juni 2022  
Pembuat Pernyataan



(Frisca Septiaulia Faragita)



UNIVERSITAS  
**17 AGUSTUS 1945**  
SURABAYA

**BADAN PERPUSTAKAAN**  
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TLP. 031 593 1800 (EX 311)  
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Frisca Septiaulia Faragita  
NPM : 1121800016  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Progam Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek\*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya yang saya yang berjudul :

“Pengaruh *Product Placement* Dan *Brand Awareness* Kopiko Pada Drama Korea Vincenzo Terhadap Minat Beli Di Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)** Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 30 Juni 2022

Yang Menyatakan



(Frisca Septiaulia Faragita)

## **MOTTO**

*The pain you feel today is the strength you will feel tomorrow.  
For every challenge encountered there is opportunity for growth*

*- Anonymous -*

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya dan juga saya dierikan petunjuk untuk dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Product Placement Dan Brand Awareness Kopiko Pada Drama Korea Vincenzo Terhadap Minat Beli Di Surabaya” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan secara langsung maupun tidak langsung, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Tuhan saya Allah SWT, karena diberi nikmat sehat, keadaan yang mendukung untuk mengerjakan skripsi hingga diberi jalan untuk kemudahan dan kelancaran.
2. Orang tua saya yang selalu memberi doa dan dukungan kepada saya. Serta adik saya yang selalu memberi dukungan atas segala hal yang saya lakukan.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Drs. Agung Pujianto,MM. selaku dosen pembimbing pertama saya dan Bapak Drs.Ute Chairuz Mochamad N,MS selaku dosen pembimbing kedua yang telah sabar untuk meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing saya.
5. Wakida Bella Novika sahabat saya yang selalu ada dan selalu menemani saya berproses sejak TK dan seterusnya .
6. Achmad Rovi Al Hakim Sahabat kuliah saya yang berjuang bersama dalam menyelesaikan perkuliahan.
7. Iva , Maulidya, FIFANA sahabat sekolah saya yang selama ini selalu ada.
8. Nada Thifal Salsabila Sahabat saya yang selalu ada dan mendukung saya.
9. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2018.
10. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner dan seluruh pihak yang terlibat .

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari masih terdapat banyak kelemahan.Maka dari itu, penulis mengharapkan adanya dukungan positif berupa kritik dan saran yang membangundari semua pihak agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembaca.

Surabaya, 30 Juni 2022

Frisca Septiaulia Faragita



## ABSTRACT

*The presence of Korean dramas managed to steal the attention of the Indonesian people. Seeing the enthusiasm of the public in watching Korean dramas, PT. Mayora Indah, Tbk utilizes a marketing strategy, namely product placement, to build brand awareness on one of its products, namely Kopiko candy in the Korean drama Vincenzo in the face of increasingly fierce competition in order to attract consumer buying interest. Product placement is a form of advertising that has the same roles and benefits as other forms of advertising. It's just that the difference is in terms of the delivery process to the public. Product placement serves to increase consumer awareness of the brand, so it is closely related to the formation of brand awareness in the minds of consumers. This study focuses on knowing how much influence Kopiko's product placement and brand awareness on the Korean drama Vincenzo have on buying interest in Surabaya. This type of research is causal associative which aims to determine the relationship between two or more variables . Causal relationship is a causal relationship, using a quantitative approach. This study uses a sampling method, namely non-probability sampling with a sample of 96 respondents. The population in this study is the audience of the Korean drama Vincenzo in Surabaya using data collection techniques, namely questionnaires through the google form media and data analysis techniques using SPSS version 20 software. smaller than 0.05. And based on simultaneous data analysis, the calculated F is greater than the F table with a probability value less than 0.05. So it can be concluded that product placement and brand awareness have a significant effect on buying interest in Surabaya with a value of determination. by 51.7% and the remaining 48.3% is influenced by other variables not examined in this study and based on the research hypothesis,  $H_a$  is accepted and  $H_0$  is rejected.*

**Keywords:** *product placement, brand awareness, and buying interest.*

## ABSTRAK

Kehadiran drama korea berhasil mencuri perhatian masyarakat indonesia. Melihat banyaknya antusias masyarakat dalam menonton drama Korea, membuat PT. Mayora Indah, Tbk memanfaatkan strategi pemasaran yaitu *product placement* untuk membangun *brand awareness* pada salah satu produknya yaitu permen Kopiko pada drama Korea Vincenzo dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat guna menarik minat beli konsumen. *Product placement* merupakan salah satu bentuk periklanan yang memiliki peran serta manfaat sama seperti bentuk periklanan lainnya. Hanya saja yang membedakannya dari segi proses penyampaiannya kepada khalayak. *Product placement* berfungsi meningkatkan kesadaran konsumen akan merek, sehingga hal ini erat kaitannya dengan pembentukan *brand awareness* di benak konsumen. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *product placement* dan *brand awareness* Kopiko pada drama Korea Vincenzo terhadap minat beli di Surabaya. Jenis penelitian ini adalah asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode sampling yaitu *non-probability sampling* dengan sampel 96 responden. Populasi pada penelitian ini yaitu penonton drama Korea Vincenzo di Surabaya dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner melalui media *google form* dan teknik analisis data menggunakan *software* SPSS versi 20. Berdasarkan hasil analisis data secara parsial diperoleh t hitung yang lebih besar dari t tabel dengan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05. dan berdasarkan analisis data secara simultan diperoleh F hitung yang lebih besar daripada F tabel dengan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa *product placement* dan *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Surabaya dengan nilai determinasi sebesar 51,7% dan sisanya 48,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini dan berdasarkan hipotesis penelitian maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Kata Kunci :** *product placement*, *brand awareness*, dan minat beli.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Sistematika Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Promosi .....	11
2.2.2 Product Placement.....	12
2.2.3 Brand.....	14
2.2.4 Brand Awareness.....	15
2.2.5 Minat Beli.....	17
2.3 Definisi Konsep.....	18
2.4 Definisi Operasional.....	19
2.5 Hubungan Product Placement,Brand Awareness terhadap Minat Beli ...	20
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran.....	21
2.7 Hipotesis.....	21
BAB III METODELOGI PENELITIAN .....	23
3.1 Rancangan Penelitian .....	23
3.2 Populasi dan Sampel .....	23

3.2.1 Populasi .....	23
3.2.2 Sampel.....	23
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian .....	24
3.3.1 Skala Pengukuran .....	24
3.3.2 Instrumen Penelitian .....	25
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	25
3.3.1 Jenis Data .....	25
3.3.2 Sumber Data.....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.5 Teknik Analisis Data.....	26
<b>BAB IV PENYAJIAN ANALISA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1 Penyajian Data .....	29
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	29
4.1.2 Karakteristik Responden .....	30
4.1.3 Uji Instrumen Data .....	32
4.2 Tabulasi Data .....	33
4.3 Analisis Data .....	47
4.4 Pembahasan.....	51
4.4.1 Pengaruh <i>Product Placement</i> Terhadap Minat Beli Kopiko di Surabaya.....	51
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Bel Kopiko di Surabaya.....	52
4.4.3 Pengaruh <i>Product Placement</i> dan <i>Brand Awareness</i> pada drama Korea Vincenzo Terhadap Minat Beli Kopiko di Surabaya .....	53
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan .....	55
5.2 Rekomendasi .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	22
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	31
Tabel 4.4 Uji Validitas .....	32
Tabel 4.5 Uji Reabilitas.....	32
Tabel 4. 6 Tabulasi Data Product Placement(X1).....	33
Tabel 4.7 Tabulasi Data Brand Awareness(X2).....	36
Tabel 4.8 Tabulasi Data Minat Beli (Y).....	39
Tabel 4.9 Interval Rata-Rata Skor.....	30
Tabel 4.10 Hasil Diskripsi Jawaban Responden Variabel Product placement.....	30
Tabel 4.11 Hasil Diskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Awareness .....	31
Tabel 4.12 Hasil Diskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli .....	31
Tabel 4.13 Uji Multikoleritas .....	32
Tabel 4.14 Uji Autokorelasi .....	33
Tabel 4.15 Uji Linear Berganda.....	34
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi.....	35
Tabel 4.17 Uji t .....	36
Tabel 4.18 Uji F .....	37

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Dasar Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Produk Kopiko yang ditayangkan pada drama Korea.....	22
Gambar 4.2 Uji Normalitas.....	34
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kesioner.....	60
Lampiran 2 : Uji Validitas.....	63
Lampiran 3 : Uji Reabilitas .....	63
Lampiran 4 : Uji Normalitas .....	63
Lampiran 5 : Uji Multikolinearitas.....	64
Lampiran 6 : Uji Autokorelasi .....	64
Lampiran 7 : Uji heteroskedastisitas .....	64
Lampiran 8 : Uji Linear Berganda .....	65
Lampiran 9 : Uji Koefisien Determinasi .....	65
Lampiran 10 : Uji F.....	65
Lampiran 11 : Kartu Bimbingan .....	66
Lampiran 12 : Hasil Turnitin.....	67
Lampiran 13 : Lembar Perintah Revisi .....	68