ABSTRAK

Cici Dwi Rizki. 2014. 14059004

Pengaruh *Product Placement* Terhadap *Brand Attitude Smartphone* Samsung dalam Drama Korea Tahun 2016 yang dimediasi oleh *Brand Recall* pada Masyarakat kota Padang

Pembimbing 1 **Rahmiati, SE, M.Sc**

Pembimbing 2 **Yunita Engriani, SE, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *product placement* terhadap *brand attitude* dan *brand recall* sebagai variabel mediasi. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat kota Padang yang telah menonton drama Korea tahun 2016 yang menampilkan *smartphone* Samsung. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang responden. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dengan analisis data yaitu menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian ini menunjukkan *product placement* berpengaruh signifikan terhadap *brand attitude* dan *brand recall* menjadi variabel yang memediasi *product placement* dan *brand attitude*.

Kata kunci : *product placement, brand attitude, brand recall*