

Rifatul Inayah, 10.311.011, “Pengaruh Tayangan *Product Placement* Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Perubahan Sikap (Studi Pada Perempuan Pemirsa Sinetron Tukang Bubur Naik Haji Terhadap Kerudung Merek El-zatta Di Kecamatan Kebomas-Gresik”, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Februari, 2014

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara *product placement*, dan persepsi kualitas produk terhadap perubahan sikap pada Perempuan Pemirsa Sinetron Tukang Bubur Naik Haji terhadap kerudung merek El-zatta di Kecamatan Kebomas-Gresik. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan penyebaran kuisioner. Menggunakan metode *Nonprobability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*, dan jumlah sampel 100 responden. Pada tahap analisis dilakukan uji validitas dan uji realibilitas untuk kuisioner yang disebar kepada responden, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, serta uji heterokedastisitas analisis regresi linier berganda, uji t, uji F. Aplikasi SPSS versi 15 digunakan untuk membantu pengujian model ini. Hasil penelitian uji t menunjukkan variabel t hitung  $>$  t table yaitu  $7.924 > 1,6607$  *product placement* berpengaruh terhadap perubahan sikap, t hitung  $<$  t table yaitu  $0.306 < 1,6607$  variabel persepsi kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap perubahan sikap. Sedangkan dalam penelitian uji F variabel *product placement* dan persepsi kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap perubahan sikap.

Kata kunci: *product placement*, persepsi kualitas produk dan perubahan sikap.

*Rifatul Inayah, 10,311,011, “Effect flatten of product placement and perceptions product quality toward change of attitude (Study of the woman showers Sinetron Tukang Bubur Naik Haji toward veil brand El-zatta in Kecamatan Kebomas-Gresik”, Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, February 2014*

### ***Abstract***

*This study was conducted to analyze the relationship between product placement and perception product quality toward change of attitude (study of the woman showers Sinetron Tukang Bubur Naik Haji toward veil brand El-zatta in Kecamatan Kebomas-Gresik”Data collection techniques in this study is the distribution of questionnaires. Using Nonprobability Sampling techniques is Insidental Sampling and sample 100 respondents. At this stage of the analysis performed to test the reliability and validity of the questionnaire were distributed to the respondents, normality test, multiple test, autocorrelation test, as well as heterokedastisitas, regression analysis, t test, F test SPSS version 15 used to help test this model. The results of t-test showed variable t count > t table is 7.924 > 1,6607 the product placement variable influence on the change of attitude and t count < t table is 0.306 < 1,6607 perception product quality variables have no influence on the change of attitude. While the F-test study variable product placement and perception product quality of simultaneous influence on change of attitude.*

*Keywords: product placement, perceptions product quality and change of attitudes*