

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 4P Bauran pemasaran	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	44
Gambar 4.1 Grafik pendapat pemirsa mengenai penerimaan terhadap <i>product placement</i>	63
Gambar 4.2 Grafik pendapat pemirsa mengenai <i>placement</i> meningkatkan Keingintahuan terhadap merek. . .	64
Gambar 4.3 Grafik pendapat pemirsa mengenai asosiasi acara dan merek	65
Gambar 4.4 Grafik pendapat pemirsa mengenai atensi pemirsa terhadap acara televisi	68
Gambar 4.5 Grafik pendapat pemirsa mengenai memilih <i>product placement</i> daripada iklan	69
Gambar 4.6 Grafik pendapat pemirsa mengenai mengetahui merek sebelum adanya acara X-Factor	72
Gambar 4.7 Grafik pendapat pemirsa mengenai mengetahui kategori dari produk	73
Gambar 4.8 Grafik pendapat pemirsa mengenai kategori produk dari merek yang diteliti ada dalam ingatan.	75
Gambar 4.9 Grafik pendapat pemirsa mengenai asosiasi acara dan merek	76
Gambar 4.10 Grafik pendapat pemirsa mengenai acara televisi membantu recall produk	77
Gambar 4.11 Grafik pendapat pemirsa mengenai penggunaan produk dalam kategori sama.	79

