

**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT ACCEPTANCE* (PENERIMAAN  
PENEMPATAN PRODUK) TERHADAP *CONSUMER PURCHASE  
INTENTION* (NIAT BELI KONSUMEN) DENGAN *BRAND RECALL*  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Kasus: *Product Placement Smartphone Samsung Galaxy* dalam *Korean  
Movies*)**

**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada  
Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*

**Oleh:**

**Christina Agnesia Maldin**

**1010522076**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2014**