

## **ABSTRACT**

*This study was conducted to investigate the effect of consumer involvement, brand awareness, corporate image on intention to purchase. Data were collected through direct surveys and literature study. The questionnaires were sent to 100 respondents and as many as 100 questionnaires were returned with 100% return rate. From this study showed a correlation of 0,463 which means there is a significant correlation, and from regression analysis performed, obtained results that consumer involvement, brand awareness and corporate image affects 19% interest in buying the remaining 81% is influenced by other factors.*

*Key words: consumer involvement, brand awareness, corporate image, and intention on purchase*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keterlibatan konsumen, kesadaran merek, citra perusahaan pada minat untuk membeli. Data dikumpulkan melalui survei langsung dan studi pustaka. Kuesioner dikirim kepada 100 responden dan sebanyak 100 kuesioner yang kembali dengan tingkat pengembalian 100%. Dari penelitian ini menunjukkan korelasi 0.463 yang berarti ada korelasi yang signifikan, dan dari analisis regresi yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa keterlibatan konsumen, kesadaran merek, dan citra perusahaan mempengaruhi minat beli sebesar 19% yang sisanya 81% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: keterlibatan konsumen, kesadaran merek, citra perusahaan, dan minat beli

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6

## **BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN**

### **PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....8**

2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Definisi Pemasaran dan Bauran Pemasaran.....	8
2.1.2 Bauran Komunikasi Pemasaran <i>Event Sponsorship</i> .....	14
2.1.3 Teori Merek .....	15
2.1.3.1 Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	19
2.1.3.2 Brand Image.....	21
2.1.4 Keterlibatan Konsumen .....	21
2.1.5 Teori Minat Beli.....	22
2.2 Riset Terdahulu .....	22
2.3 Rerangka Teoritis.....	25
2.4 Rerangka Pemikiran.....	26
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	27

## **BAB III METODE PENELITIAN DATA .....29**

3.1 Pendekatan Penelitian .....	29
3.2 Jenis Penelitian.....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.1 Data Primer .....	31
3.3.2 Data Sekunder .....	32

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.4.3 Uji Validitas .....	35
3.4.4 Uji Reliabilitas .....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.6.1 Variabel Independen (X).....	38
3.6.2 Variabel Dependen (Y).....	39
3.7 Metode Analisis Data.....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	41
4.2 Statistik Deskriptif .....	41
4.2.1 Jenis Kelamin.....	41
4.2.2 Usia .....	42
4.2.3 Jurusan .....	43
4.3 Analisa Kuesioner .....	44
4.4 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	60
4.5 Hasil Pengujian Regresi .....	79
4.6 Pembahasan Hasil .....	82
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN SERTA KETERBATASAN .....</b>	<b>83</b>

5.1 Simpulan .....	83
5.2 Saran .....	84
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Bauran Pemasaran.....	10
Gambar 2 Rerangka Teoritis .....	25
Gambar 3 Rerangka Pemikiran .....	26
Gambar 4 Pengembangan Hipotesis .....	27

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Penelitian Sebelumnya .....24
Tabel II	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....42
Tabel III	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....43
Tabel IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan .....43
Tabel V	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Ada Sponsor Rokok Dalam LSI .....44
Tabel VI	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Ada Sponsor Stasiun Televisi Dalam LSI .....45
Tabel VII	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Ada Sponsor Mediacetak Dalam LSI .....46
Tabel VIII	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Ada Sponsor Produk Olah Raga Dalam LSI .....47
Tabel IX	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Sponsor Mempunyai Produk Yang Bagus.....48
Tabel X	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Sponsor Memiliki Produk Yang Terpercaya.....49
Tabel XI	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Sponsor Dikelola Dengan Baik.....50
Tabel XII	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Sponsor Merespon



	Kebutuhan Konsumen.....	51
Tabel XIII	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Sponsor Adalah Perusahaan Yang Memiliki Kinerja Yang Baik.....	52
Tabel XIV	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Bagi Saya Menonton LSI Adalah Membosankan.....	53
Tabel XV	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Bagi Saya Menonton LSI Adalah Berharga.....	54
Tabel XVI	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Bagi Saya Menonton LSI adalah Berguna.....	55
Tabel XVII	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Bagi Saya Menonton LSI Adalah Relevan .....	56
Tabel XVIII	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Bagi Saya Menonton LSI Adalah Penting .....	57
Tabel XIX	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Saya Akan Mencari Produk Sponsor .....	58
Tabel XX	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Saya Akan Membeli Produk Sponsor .....	59
Tabel XXI	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Saya Akan Mencoba Membeli Produk Sponsor.....	60
Tabel XXII	Hasil Pengujian Validitas Terhadap Kesadaran Merek/ <i>Brand Awareness</i> .....	61

Tabel XXIII	Hasil Pengujian Validitas Terhadap Citra Perusahaan .....	62
Tabel XXIV	Hasil Pengujian Validitas Terhadap Keterlibatan Konsumen .....	63
Tabel XXV	Hasil Pengujian Validitas Terhadap Keterlibatan Konsumen .....	64
Tabel XXVI	Hasil Pengujian Validitas Terhadap Minat Beli .....	65
Tabel XXVII	Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Kesadaran Merek .....	66
Tabel XXVIII	Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Kesadaran Merek .....	67
Tabel XXIX	Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Kesadaran Merek .....	68
Tabel XXX	Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Citra Perusahaan .....	70
Tabel XXXI	Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Citra Perusahaan .....	71
Tabel XXXII	Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Citra Perusahaan .....	72
Tabel XXXIII	Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Keterlibatan Konsumen....	74
Tabel XXXIV	Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Keterlibatan Konsumen....	75
Tabel XXXV	Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Minat Beli .....	76
Tabel XXXVI	Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Minat Beli .....	77
Tabel XXXVII	Keseluruhan Hasil Pengujian Reliabilitas.....	79
Tabel XXXVIII	Hasil Pengujian Regresi.....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Kuesioner Penelitian.....89
Lampiran B	Hasil Kuesioner Kesadaran Merek .....92
Lampiran C	Hasil Kuesioner Citra Perusahaan .....95
Lampiran D	Hasil Kuesioner Keterlibatan Konsumen .....98
Lampiran E	Hasil Kuesioner Minat Beli ..... 101
Lampiran F	Hasil SPSS Uji Validitas..... 104
Lampiran G	Hasil SPSS Uji Reliabilitas..... 109
Lampiran H	Hasil SPSS Uji Regresi..... 113