

ABSTRAK

Sponsorship merupakan strategi pemasaran untuk mendorong terciptanya brand loyalty. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung faktor antesenden pada brand loyalty yang berhubungan dengan sponsorship. Hasil penelitian ini menunjukkan seluruh faktor antesenden berpengaruh langsung dan tidak langsung pada brand loyalty. Dalam hal ini pengaruh fit event/brand pada brand loyalty punya pengaruh paling besar dibandingkan pengaruh variabel lainnya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dan akademisi untuk mengembangkan strategi pemasaran yang berhubungan dengan sponsorship sehingga dapat memenangkan persaingan pasar.

Key words: sponsorship, fit event/affect, self-congruity with the event, event affect, attitude toward the sponsorship, brand affect, brand loyalty, brand trust.

ABSTRACT

Sponsorship is a marketing strategy which is done in order to encourage brand loyalty. This research is conducted to test both the direct and indirect impacts of antecedent factor. This research is also conducted to analyze brand loyalty which is related to sponsorship. The result of this research proves that all antecedent factors directly and indirectly affect brand loyalty. The impact fit event or brand has on brand loyalty mediated by brand trust is the biggest. The result of this research is expected to be able to help company and academician in developing marketing strategies related to sponsorship so that they can win in the market competition.

Key words: sponsorship, fit event/affect, self-congruity with the event, event affect, attitude toward the sponsorship, brand affect, brand loyalty, brand trust.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.2 Kerangka Teoritis.....	21
2.3 Rerangka Pemikiran.....	22
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	23
2.5 Model Penelitian.....	25
2.6 Ringkasan Riset Empiris.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sample.....	31

3.3 Teknik Pengambilan Sample dan Ukuran.....	33
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Uji Validitas dan Hasil Pengujian Validitas.....	45
3.7 Uji Realibilitas dan Hasil Pengujian Realibilitas.....	49
3.8 Uji Outlier dan Hasil Pengujian Outlier.....	51
3.9 Uji Normalitas dan Hasil Pengujian Normalitas.....	52
3.10 Uji Heterokedastisitas dan Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	53
3.11 Uji Multikolinearitas dan Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	54
3.12 Metode Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Karakteristik Responden.....	60
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.3 Ringkasan Hasil Penelitian.....	80
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
4.5 Perbandingan dengan Riset Terdahulu.....	90
BAB SIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Simpulan.....	96
5.2 Implikasi Manajerial.....	97
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	97
5.4 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN I KUESIONER.....	105
LAMPIRAN II PENGUJIAN VALIDITAS.....	109

LAMPIRAN III PENGUJIAN REALIBILITAS.....	111
LAMPIRAN IV PENGUJIAN DATA.....	125
LAMPIRAN V PROFIL RESPONDEN.....	138

DATFAR GAMBAR

Gambar 4.1 Model Penelitian.....	65
Gambar 4.2 Model Hasil Penelitian.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 KMO and Bartlett's Test.....	48
Tabel 3.3 Rotated Component Matrix ^a	49
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	52
Tabel 3.5 Hypothesis Test Summary.....	54
Tabel 3.6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	55
Tabel 3.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Yamaha Motor..	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penonton MotoGP 2013....	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Hipotesis 1.....	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Hipotesis 2.....	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis 3.....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis 4.....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis 5.....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis 6.....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis 7.....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis 14.....	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis 15.....	80
Tabel 4.14 Perbandingan Dengan Riset Terdahulu.....	89