DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN…..... i

PERNYATAAN KEASLIAN…… ii

MOTTO..... iii

ABSTRAK……..... iv

ABSTRACT……. v

KATA PENGANTAR……..... vi

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR GAMBAR..... xiv

DAFTAR TABEL..... xv

DAFTAR LAMPIRAN……..…….. ix

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah……..... 9

1.2.1 Identifikasi Masalah..... 9

1.2.2 Rumusan Masalah……..……...…..... 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian…….…..…..... 10

1.3.1 Maksud Penelitian…….....…….…..…… 10

1.3.2 Tujuan Penelitian……..…..……...…..…… 10

1.4 Kegunaan Penelitian..... 11

1.4.1 Kegunaan Praktis…….…….....……..... 11

1.4.2 Kegunaan Akademis……..…..……. 12

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian……...…….. 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS……...…….…….. 14

2.1 Kajian Pustaka…….…….…….……...…….. 14

2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran…….…. 14

2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran……..…….…..….. 16

2.1.3 *Integrated Marketing Communication*……..…….…. 18

2.1.4 Pengertian *Sponsorship*……..…….…… 23

2.1.4.1 Manfaat dan Alasan - Alasan Peggunaan Sponsorship…….…… 24

2.1.4.2 Tujuan *Sponsorship* …….……..…….……25

2.1.4.3 Perencanaan *Sponsorship* ……..…… 27

2.1.5 Pengertian Merek……...……..…..……...…….. 28

2.1.6 Pengertian Image (Citra)…….…...……. 31

2.1.7 Brand Image……...…… 31

2.1.8 Hubungan Pelaksanaan *Sponsorship* Dampaknya Terhadap *Brand Image* …….….....…….….. 36

2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis……..…….……..……... 38

2.2.1 Kerangka Pemikiran……..……..……..…… 38

2.2.2 Hipotesis……...…..……..…… 42

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN..... 43

3.1 Objek penelitian…….…….…..…… 43

3.2 Metode Penelitian…….……...…….…..….. 44

3.2.1 Desain Penelitian…..……..……..……..…… 45

3.2.2 Operasional Variabel…….……..……..…..... 49

3.2.3 Metode Penarikan Sampel……..…….…...…...….. 54

3.2.3.1 Populasi……..…..…….…...…..… 54

3.2.3.2 Sampel……...……..…….…..… 54

3.2.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data…..……...……. 55

3.2.4.1 Jenis Data Primer dan Sekunder……...….. 55

3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data……...… 56

3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis……..…… 59

3.2.5.1 Analisis Instrument Penelitian……...…..… 59

3.2.5.2 Perancangan Hipotesis…….…..…..… 70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN……...…… 73

4.1 Hasil Penelitian…….…….. 73

4.1.1 Sejarah Perusahaan..... 73

4.1.2 Struktur Organisasi..... 75

4.1.3 Deskripsi Jabatan..... 76

4.1.4 Aspek Perusahaan..... 81

4.1.5 Karakteristik Responden..... 83

4.2 Hasil Pembahasan..... 86

4.2.1 Hasil Analisis (Kualitatif)..... 86

4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap *Sponsorship* Pada Clothing Linecoltd Bandun……..….. 86

4.2.1.2 *Brand Image* Pada Clothing Linecoltd Bandung dimata konsumen..... 97

4.2.2 Hasil Uji Hipotesis..... 107

4.2.2.1 Analisis Regresi Linier..... 107

4.2.2.2 Analisis Korelasi..... 109

4.2.2.2 Koefisien Determinasi..... 111

4.2.2.3 Uji Hipotesis..... 112

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 116

5.1 Kesimpulan..... 116

5.2 Saran..... 118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP