DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**

ABSTRAK ..... **iii**

ABSTRACT ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **vi**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 11

1.2.1 Identifikasi masalah 11

1.2.2 Rumusan masalah 12

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 12

1.3.1 Maksud Penelitian 12

1.3.2 Tujuan Penelitian 12

1.4 Kegunaan Penelitian 13

1.4.1 Kegunaan Praktis 13

1.4.2 Keguanaan Teoritis 13

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 13

Halaman

1.5.1. Lokasi dan Waktu Penelitian 13

1.5.2. Waktu Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 15

2.1 Kajian Pustaka 15

2.1.1 Periklanan 15

2.1.1.1 Pengertian Periklanan (*Advertising*) 15

2.1.1.2 Fungsi Periklanan 16

2.1.1.3 Tujuan Periklanan 16

2.1.1.4 Media Periklanan 17

2.1.1.5 Indikator Periklanan 19

2.1.2 *Sponsorship* 23

2.1.2.1 Pengertian *Sponsorship* 23

2.1.2.2 Tujuan *Sponsorship* 24

2.1.2.3 Tipe-tipe *Sponsorship* 26

2.1.2.4 *Event Sponsorship* 27

2.1.2.4.1 Pengertian *Event Sponsorship* 27

2.1.2.4.2 Kategori *Event* 29

2.1.2.4.3 Indikator *Event Sponsorship* 31

2.1.3 Ekuitas Merek (*Brand Equity*) 33

2.1.3.1 Pengertian Ekuitas Merek (*Brand Equity*) 33

2.1.3.2 Membangun Ekuitas Merek 35

Halaman

2.1.3.3 Indikator Ekuitas Merek 36

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu 43

2.2. Kerangka Pemikiran 46

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian 48

2.2.1.1 Keterkaitan Periklanan Dengan Ekuitas Merek 48

2.2.1.2 Keterkaitan *Event Sponsorship* Dengan Ekuitas Merek 49

2.2.1.3 Keterkaitan Keterkaitan Periklanan dan *Event Sponsorship* Terhadap Ekuitas Merek 49

2.3 Hipotesis 51

BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN 52

3.1 Objek Penelitian 52

3.2 Metode Penelitian 53

3.2.1 Desain Penelitian 55

3.2.2 Operasionalisasi Variabel 60

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan data 62

3.2.3.1 Sumber Data 62

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 62

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 66

3.2.4.1 Uji Validitas 68

3.2.4.2 Uji Reliabilitas 72

3.2.4.3 Uji MSI 73

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 75

Halaman

3.2.5.1 Rancangan Analisis 75

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif 76

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif..... 78

3.2.6 Pengujian Hipotesis..... 84

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN…… 89

4.1 Hasil Penelitian…….. 89

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan…….. 89

4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan……..... 89

4.1.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan……. 90

4.1.1.3 Deskripsi Jabatan…… 90

4.2. Karakteristik Responden…….. 99

4.2.1 Data Responden…….. 99

4.3 Analisis Deskriptif/ Kualitatif…….. 101

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Periklanan…….. 101

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap *Event Sponsorship*……. 118

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek…… 125

4.4 Analisis Kuantitatif…….. 129

4.4.1 Analisis Regresi Liner Berganda…… 129

4.4.2 Uji Asumsi Klasik…….. 130

4.4.3 Uji Koefien Korelasi…….. 136

4.4.4 Uji Koefisien Determinasi……. 138

4.4.5 Pengujian Hipotesis Secara Simultan…….…… 141

Halaman

4.4.6 Pengujian Hipotesis Secara Parsial…… 142

4.4.7 Pengujian Hipotesis Periklanan Terhadap Ekuitas Merek……. 143

4.4.8 Pengujian Hipotesis *Event Sponsorship* Terhadap Ekuitas Merek…….. 144

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ……. 147

5.1 Kesimpulan…….. 147

5.2 Saran……..…….. 148

DAFTAR PUSTAKA..... 149

LAMPIRAN