

**ANALISIS PENGARUH EVENT SPONSORSHIP
DAN IKLAN TERHADAP BRAND IMAGE
KARTU SELULER**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

RIFKY NUR ANDRIANTO

B. 100 070 237

FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2011

PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH EVENT SPONSORSHIP
DAN IKLAN TERHADAP BRAND IMAGE
KARTU SELULER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

RIFKY NUR ANDRIANTO
B. 100 070 237

Telah disetujui oleh konsultan untuk dipertahankan di hadapan

Dewan Penguji Skripsi Jurusan Manajemen

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pembimbing

Drs. Sri Padmantyo, M.BA

PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH EVENT SPONSORSHIP DAN IKLAN TERHADAP BRAND IMAGE KARTU SELULER

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RIFKY NUR ANDRIANTO
B. 100 070 237

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal Juli 2011
dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Pembimbing

Drs. Sri Padmantlyo, M.BA

Surakarta, Juli 2011
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Jurusan Manajemen
Dekan,

Dr. Triyono, SE., M.Si.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIFKY NUR ANDRIANTO
07.6.1.06.02016.50237
NIRM :
Jurusan : EKONOMI MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH EVENT SPONSORSHIP
DAN IKLAN TERHADAP BRAND IMAGE
KARTU SELULER
:
:
:
:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,.....Juli 2011.....

Yang membuat pernyataan,

RIFKY NUR ANDRIANTO
.....

MOTTO

“Rahasia kesuksesan setiap orang yang sudah sukses terletak pada fakta bahwa orang itu membentuk kebiasaan dalam menangani masalah, kebiasaan yang tidak suka dilakukan orang-orang yang gagal”

(A. Jackson King)

”Dalam masalah hati nurani, pikiran yang terbaik dalam masalah kebijaksanaan, pemikiran terakhirlah yang paling baik

(Robert Hall)

PERSEMBAHAN

Karya ini teruntuk Ibundaku

♥ *Terima kasih atas kesabaran dan dukungannya, serta doa yang selalu dipanjatkan. Nyuwun pangapunten kula sampun katah lepatipun*

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT atas karunia rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi yang berjudul “ Analisis Pengaruh Event Sponsorship Dan Iklan Terhadap Brand Image Kartu Seluler”, diajukan untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi jurusan manajemen pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Keberhasilan penyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Triyono,SE., M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Sri Padmanty, MBA selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan, ide, doa, bantuan, waktu, tenaga dan pikiran yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi, tanpa Bapak skripsi ini tidak mungkin dapat selesai dengan baik.
3. Bapak Drs. Edi Priyono, MM, selaku pembimbing akademik terima kasih atas bimbingan dan arahnya sehingga skripsi ini akhirnya terselesaikan
4. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Para responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
6. Teman-teman di Universitas Muhammadiyah Surakarta kalian memang teman yang sangat baik.....?

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik dan semoga kerja sama yang pernah terjalin dapat terus berjalan dengan baik. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan, dan pengetahuan. Penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat dan memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan, pembaca, dan semua pihak yang berkepentingan.

Surakarta, Juli 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Skripsi.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	9

1. Dimensi Citra Merek.....	9
2. Proses Pengembangan Citra Merek	14
3. Pengukuran Citra Merek	18
B. <i>Event Sponsorship</i>	23
1. Manfaat dan alasan-alasan penggunaan <i>event sponsorship</i>	24
2. Tujuan <i>Event Sponsorship</i>	25
3. Jenis-jenis <i>event sponsorship</i>	27
4. Perencanaan <i>event sponsorship</i>	28
5. Menciptakan program <i>event sponsorship</i>	30
C. Iklan	31
D. Penelitian Sebelumnya.....	34
E. Perbedaan Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian yang Diteliti	35
F. Hipotesis	35
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Kerangka Pemikiran.....	36
B. Teknik Populasi, Sampel dan Sampling	37
C. Definisi Operasional Variabel.....	38
D. Jenis Penelitian.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data.....	42
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Instrumen Data.....	49

B. Analisis Data	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	53
3. Analisis Regresi Linier Berganda	54
4. Uji t	55
5. Uji F	56
6. Uji R ² (Koefisien Determinasi)	56
7. Uji Asumsi Klasik	57
C. Pembahasan	58
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2. Umur Responden.....	49
Tabel 4.3. Semester Responden	50
Tabel 4.4. Kartu Perdana Responden	50
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas <i>Event Sponsorship</i>	51
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Iklan.....	52
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	52
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.11. Hasil Uji Heteroskedastisitas	58

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar	Halaman
Gambar 2.1. Rantai Reputasi Perusahaan (<i>Corporate Reputation Chain</i>) ...	12
Gambar 2.2. Identitas dan Citra	15
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1. Uji t variabel <i>Event Sponsorship</i>	55
Gambar 4.2. Uji t variabel Iklan	56
Gambar 4.3. Uji F	56

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini: (1) untuk mengetahui pengaruh *event sponsorship* terhadap *Brand image* kartu seluler (2) untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap *brand image* kartu seluler.

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 120 responden mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode angket dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

Hasil penelitian uji validitas dan reliabilitas semua item pertanyaan valid dan reliabel. Variabel *event sponsorship* nilai t_{hitung} sebesar 2,244 dan nilai t_{tabel} pada alpha 5% sebesar 1,980 maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,244 > 1,980$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *event sponsorship* berpengaruh secara signifikan terhadap *brand image*. Penelitian ini mendukung teori Frank Jefkins (1997: 177) tujuan dari event sponsorship dan iklan berpengaruh terhadap *brand image*. Hasil uji t nilai t_{hitung} sebesar 3,903 dan nilai t_{tabel} pada alpha 5% sebesar 1,980 maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,903 > 1,980$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga iklan berpengaruh secara signifikan terhadap *brand image*. Penelitian ini sejalan dengan teori yang mengemukakan bahwa pada berbagai tingkat yang menyangkut pemasaran citra, periklanan dikenal sebagai salah satu komponen utama yang menciptakan citra. Fungsi dari periklanan adalah untuk menciptakan simbol dan citra tentang suatu produk yang akan mengakibatkan adanya hubungan antara merek dengan konsumen. Uji F secara bersama-sama variabel *event sponsorship* dan iklan berpengaruh terhadap *brand image*. Uji asumsi klasik data tersebar tidak normal, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas lolos.

Kata kunci: *Event Sponsorship*, Iklan dan *Brand Image*