

ABSTRAK

Heru Hendriyana. Pengaruh *Sponsorship* PT Daya Adira Mustika pada PERSIB Bandung terhadap *Brand Image* Sepeda Motor Honda (Studi Kuantitatif Mengenai Pengaruh *Sponsorship* Terhadap *Brand Image* pada Tiger Organization Purwakarta (TOPU))

Kegiatan *sponsorship* khususnya digunakan secara luas untuk membangun citra pada masyarakat terhadap perusahaan dan produk-produknya. Melakukan kegiatan *sponsorship* lebih menitikberatkan untuk membangun saling pengetahuan dan pemahaman serta menciptakan *brand image* melalui komunikasi persuasif dengan menggunakan media massa dan non-massa. Tujuan utama dari kegiatan *sponsorship* yang dilakukan oleh PT Daya Adira Mustika pada PERSIB Bandung adalah untuk mendapatkan *brand image* yang semakin baik bagi produk yang dipasarkan, sehingga penjualan akan semakin meningkat.

Penelitian ini berjudul pengaruh *sponsorship* PT Daya Adira Mustika pada PERSIB Bandung terhadap *brand image* sepeda motor Honda (Studi mengenai pengaruh *Sponsorship* terhadap *Brand Image* pada Tiger Organization Purwakarta (TOPU)). Penelitian ini menganalisis pengaruh pencantuman nama dan logo Honda pada atribut pemain PERSIB Bandung terhadap *Brand Image* sepeda motor Honda dan pengaruh *outdoor sponsorship* PT Daya Adira Mustika yang bekerjasama dengan PERSIB Bandung terhadap *Brand Image* sepeda motor Honda.

Teori yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teori S-M-C-R-E yaitu singkatan dari *source* (sumber), *message* (pesan), *channel* (media), *reciver* (penerima), *effect* (efek). *Source* dalam penelitian ini adalah PT Daya Adira Mustika, *message* adalah bentuk *sponsorship*, *channel* dalam penelitian ini adalah PERSIB, *reciver* dalam penelitian ini adalah masyarakat, dan *effect* dalam penelitian ini adalah terciptanya *brand image*. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh *sponsorship* PT Daya Adira Mustika pada PERSIB Bandung terhadap *brand image* sepeda motor Honda.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sponsorship* PT Daya Adira Mustika pada PERSIB Bandung terhadap *brand image* sepeda motor Honda. Sampel penelitian ini adalah anggota Tiger Organization Purwakarta (TOPU) dengan populasi sebanyak 101 orang dan sampel berjumlah 50 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencantuman nama dan logo Honda pada atribut pemain PERSIB Bandung berpengaruh terhadap *Brand Image* sepeda motor Honda. *outdoor sponsorship* PT Daya Adira Mustika yang bekerjasama dengan PERSIB Bandung berpengaruh terhadap *Brand Image* sepeda motor Honda. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *sponsorship* PT Daya Adira Mustika pada PERSIB Bandung terhadap *brand image* sepeda motor Honda.