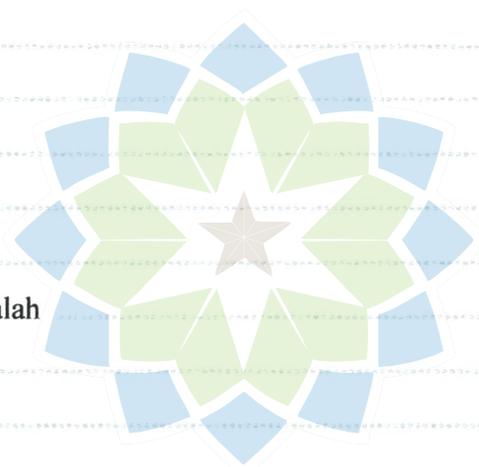


DAFTAR ISI

ABSRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Identifikasi Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	7
1. Kegunaan Teoritis	7
2. Kegunaan Praktis	8
F. Kerangka Pemikiran	8
1. Kerangka Teoritis	8
2. Kerangka Konseptual	12
3. Kerangka Operasional	15
G. Hipotesis Penelitian	17
H. Langkah – Langkah Penelitian	18
1. Lokasi Penelitian	18
2. Metode Penelitian	18
3. Teknik Pengumpulan Data	18
4. Populasi dan Sampel	19



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

5	Jenis dan Sumber Data	21
6	Uji Validitas dan Reliabilitas	22
7	Teknik Analisis Data	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		31
A.	Komunikasi Pemasaran	31
1.	Pengertian Komunikasi Pemasaran	31
2.	Jenis Komunikasi Pemasaran	31
3.	Strategi Komunikasi Pemasaran	32
4.	Kegunaan komunikasi pemasaran	37
5.	Tujuan Komunikasi Pemasaran	39
B.	<i>Marketing Public Relations</i>	40
1.	Pengertian <i>Marketing Public Relations</i>	40
2.	Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	41
3.	Model Kolaborasi Pemasaran dan Kehumasan	42
C.	<i>Sponsorship</i>	44
1.	Pengertian <i>Sponsorship</i>	44
2.	Manfaat dan Alasan-alasan Penggunaan <i>Sponsorship</i>	46
3.	Tujuan <i>Sponsorship</i>	46
4.	Perencanaan <i>Sponsorship</i>	48
D.	<i>Brand Image</i>	49
1.	<i>Image</i>	49
2.	<i>Brand</i>	52
3.	Citra merek (<i>brand image</i>)	53
E.	Pengaruh <i>Sponsorship</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	56
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN		58
A.	Profil PT Daya Adira Mustika	58
1.	Sejarah PT Daya Adira Mustika	58
2.	Visi dan Misi PT Daya Adira Mustika	60
3.	Logo PT Daya Adira Mustika	61

B Hasil Pengumpulan Data	62
1 Uji Validitas	62
2 Uji Reliabilitas	62
3 Analisis Data Responden	64
4 Analisis Data Penelitian	97
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	103
A Kesimpulan	103
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

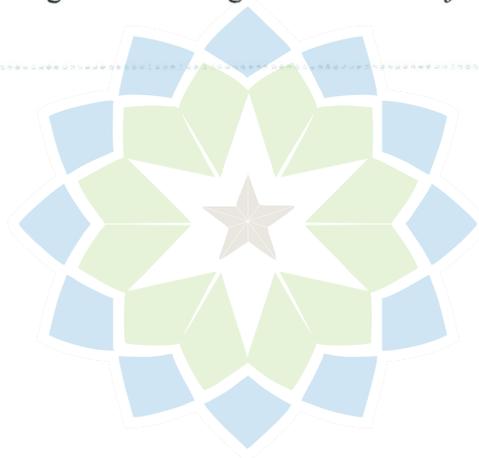
DAFTAR TABEL

Tabel 1 1	Operasionalisasi Variabel	15
Tabel 1 2	Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas	25
Tabel 1 3	Klasifikasi Koefisien Korelasi	28
Tabel 3 1	Hasil perhitungan reliabilitas ganjil genap SPSS 15.0 for <i>Windows</i> Inter-Item Correlation Matrix	63
Tabel 3 2	Jenis kelamin responden	64
Tabel 3 3	Usia responden	65
Tabel 3 4	Profesi Responden	66
Tabel 3 5	<i>Sponsorship</i> yang dilakukan PT Daya Adira Mustika terhadap PERSIB merupakan kontribusi terhadap sepakbola Jawa Barat karena PERSIB adalah kebanggaan masyarakat Jawa Barat.	68
Tabel 3 6	Pemasangan nama dan logo Honda pada kaos tim pemain PERSIB merupakan cara untuk memperkenalkan merek sepeda motor Honda.	69
Tabel 3 7	Tulisan pada nama dan logo Honda di kaos tim PERSIB mudah dimengerti	70
Tabel 3 8	Desain pada nama dan logo Honda di kaos tim PERSIB menarik	71
Tabel 3 9	Warna pada nama dan logo Honda di kaos tim PERSIB menarik	72

Tabel 3 10	Pemasangan nama dan logo Honda pada celana pemain PERSIB merupakan cara untuk memperkenalkan merek sepeda motor Honda	73
Tabel 3 11	Pemasangan nama dan logo Honda pada jaket pemain PERSIB merupakan cara untuk memperkenalkan merek sepeda motor Honda	74
Tabel 3 12	Pemasangan nama dan logo Honda pada tas pemain PERSIB merupakan cara untuk memperkenalkan merek sepeda motor Honda	75
Tabel 3 13	Pemasangan nama dan logo Honda pada bus PERSIB menandakan bahwa honda selalu ada untuk PERSIB	77
Tabel 3 14	Pemasangan iklan A-board Honda ketika PERSIB bertanding mudah untuk dibaca baik yang menonton langsung atau menonton di televisi karena dipampang di samping lapangan. ..	78
Tabel 3 15	Pemasangan spanduk Honda yang bekerjasama dengan PERSIB dan dipasang di tempat-tempat strategis membuat Honda semakin populer	79
Tabel 3 16	Pemasangan billboard Honda dengan bintang iklan pemain PERSIB yang dipasang di tempat-tempat strategis membuat Honda semakin populer	80
Tabel 3 17	Pembuatan poster PERSIB yang mencantumkan nama dan logo Honda membuat Honda selalu diingat	81

Tabel 3 18	Pembuatan sticker PERSIB yang mencantumkan nama dan logo Honda membuat Honda selalu diingat	82
Tabel 3 19	Sepeda motor Honda adalah produk yang diketahui dibanding produk sepeda motor yang lain	84
Tabel 3 20	Sepeda motor Honda adalah produk yang dikenal dibanding produk sepeda motor yang lain	85
Tabel 3 21	Sepeda motor Honda adalah produk yang diingat dibanding produk sepeda motor yang lain	86
Tabel 3 22	Sepeda motor Honda adalah produk yang disukai dibanding produk sepeda motor yang lain	87
Tabel 3 23	Sepeda motor Honda adalah produk yang dicintai dibanding produk sepeda motor yang lain	88
Tabel 3 24	Sepeda motor Honda adalah produk yang berkualitas	89
Tabel 3 25	Sepeda motor Honda adalah produk yang bermutu	90
Tabel 3 26	Sepeda motor Honda adalah produk yang diminati	91
Tabel 3 27	Sepeda motor Honda adalah produk yang disegani	92
Tabel 3 28	Sepeda motor Honda adalah produk yang populer	93
Tabel 3 29	Desain sepeda motor Honda bagus	94
Tabel 3 30	Desain sepeda motor Honda indah	95
Tabel 3 31	Desain sepeda motor Honda sangat baik	96
Tabel 3 32	Hasil Penghitungan Regresi linier berganda SPSS 15 0 <i>for</i> <i>Windows</i> Coefficients(a)	98

Tabel 3 33	Hasil Penghitungan Koefisien Korelasi Pearson SPSS 15 0 for <i>Windows</i> Correlations	99
Tabel 3 34	Hasil Penghitungan Koefisien Determinasi SPSS 15 0 for <i>Windows</i> Model Summary	100
Tabel 3 35	Hasil penghitungan t hitung SPSS 15 0 for <i>Windows</i> Coefficients(a)	101
Tabel 3 36	Hasil Penghitungan F hitung SPSS 15 0 for <i>Windows</i> ANOVA(b)	102



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1	Model komunikasi S-M-C-R-E	9
Gambar 1 2	Aplikasi model S-M-C-R-E	10
Gambar 1 3	Daerah penerimaan dan penolakan H_0	30
Gambar 3 1	Logo PT. Daya Adira Mustika	62



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG