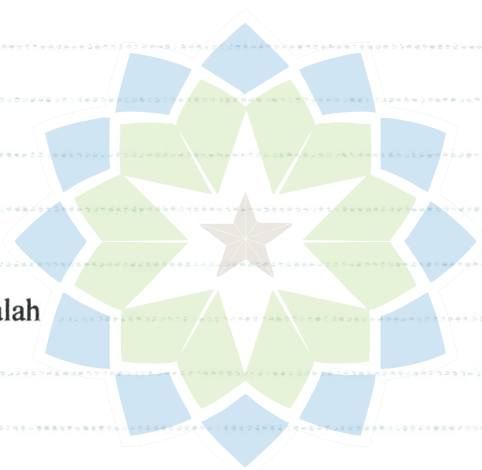


## DAFTAR ISI

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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>		<b>31</b>
A.	<b>Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>31</b>
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>Konsep 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>Konsep 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
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>		<b>58</b>
A.	<b>Profil PT Daya Adira Mustika .....</b>	<b>58</b>
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

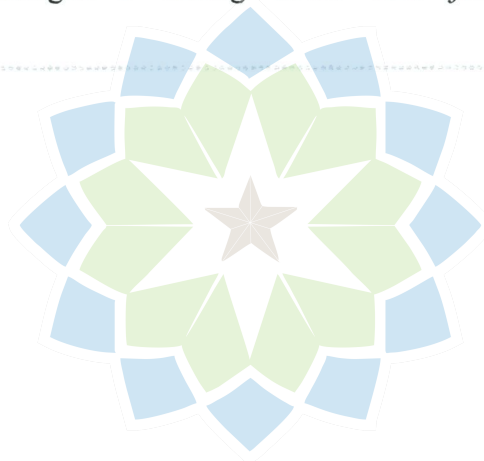
## DAFTAR TABEL

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 for Windows 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