

Pengaruh Kegiatan Sport Sponsorship terhadap Brand Image (Studi pada Speedy NBL Indonesia) = The Effect of Sport Sponsorship Activity toward Brand Image (Study of Speedy NBL Indonesia)

Fadhlan Hamidi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920534062&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kegiatan sport sponsorship terhadap brand image. Penelitian ini juga mengukur dimensi terkuat dari sport sponsorship yang mempengaruhi brand image. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang menonton acara Speedy NBL Indonesia dan bukan pengguna speedy dengan menggunakan metode non-probability sampling serta teknik purposive. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan multiple regression. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan sport sponsorship memiliki pengaruh yang signifikan terhadap brand image. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi event factor merupakan dimensi yang paling mempengaruhi brand image speedy.

.....The objective of this research is to analyze the effect of sponsorship activity toward brand image. It also measure the strongest dimension of sport sponsorship toward brand image. The research applied quantitative approach. The sample of the research is 100 respondent whom has watch Speedy NBL Indonesia and not a speedy customer, collected using non-probability sampling and purposive technique. The research used questionnaire as research instrument and analyzed with multiple regression. The result of the research indicate that sponsorship programs have a significant effect toward corporate image. The analysis result indicated event factors.have a significant effect toward brand image. Event factor dimension is the most affecting factor to the brand image