

## **DAFTAR ISI**

|                                                      |            |
|------------------------------------------------------|------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>                      | <b>i</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                       | <b>ii</b>  |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>              | <b>iii</b> |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                 | <b>iv</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                           | <b>v</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                               | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                            | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                            | <b>x</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                        | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                  | 1          |
| 1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....    | 14         |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah.....                      | 14         |
| 1.2.2 Rumusan Masalah.....                           | 14         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                           | 15         |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                          | 15         |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                          | 16         |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                          | 16         |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b> |            |
| <b>HIPOTESIS .....</b>                               | <b>17</b>  |
| 2.1 Kajian Pustaka .....                             | 17         |
| 2.1.1 Manajemen .....                                | 17         |

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran .....                                 | 27        |
| 2.1.3 Sponsorship .....                                         | 36        |
| 2.1.4 Iklan .....                                               | 42        |
| 2.1.5 Brand Image .....                                         | 43        |
| 2.2 Kerangka Pemikiran .....                                    | 51        |
| 2.2.1 Pengaruh Sponsorship Terhadap Brand Image .....           | 51        |
| 2.2.2 Pengaruh Iklan Terhadap Brand Image .....                 | 53        |
| 2.2.3 Pengaruh Sponsorship dan Iklan Terhadap Brand Image ..... | 54        |
| 2.3 Hipotesis Penelitian .....                                  | 56        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                          | <b>57</b> |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel .....                             | 58        |
| 3.2.1 Devinisi Variabel .....                                   | 58        |
| 3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....                           | 59        |
| 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....                        | 61        |
| 3.3.1 Populasi .....                                            | 61        |
| 3.3.2 Sampel .....                                              | 61        |
| 3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....               | 63        |
| 3.4.1 Sumber Data .....                                         | 63        |
| 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....                             | 63        |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                                  | 65        |
| 3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....                           | 74        |
| 3.6.1 Tempat Penelitian .....                                   | 74        |
| 3.6.2 Waktu Penelitian .....                                    | 75        |

|                                                                                                                             |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                                                          | <b>76</b>  |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                                                                                  | 76         |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....                                                                                         | 76         |
| 4.1.2 Karakteristik Responden.....                                                                                          | 79         |
| 4.1.3 Deskripsi Vaariabel yang Diteliti.....                                                                                | 82         |
| 4.2 Pembahasan.....                                                                                                         | 141        |
| 4.2.1 Pengaruh Sponsorship Terhadap Brand Image Pada Konsumen<br>Produk Rokok Gudang Garam di Kabupeten Ciamis.....         | 141        |
| 4.2.2 Pengaruh Iklan Terhadap Brand Image Pada Konsumen Produk<br>Rokok Gudang Garam di Kabupeten Ciamis .....              | 143        |
| 4.2.2 Pengaruh Sponsorship dan Iklan Terhadap Brand Image Pada<br>Konsumen Produk Rokok Gudang Garam di Kabupeten Ciamis... | 145        |
| <b>BAB VSIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                                                         | <b>147</b> |
| 5.1 Simpulan .....                                                                                                          | 147        |
| 5.2 Saran .....                                                                                                             | 148        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                  | <b>150</b> |

## DAFTAR TABEL

|           |                                                                            |    |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 | Data Market Share Produk Rokok Gudang Garam.....                           | 4  |
| Tabel 1.2 | Jawaban Responden dari beberapa pilihan produk rokok.....                  | 7  |
| Tabel 2.1 | Kajian Penelitian Terdahulu.....                                           | 42 |
| Tabel 3.1 | Operasionalisasi Variabel.....                                             | 52 |
| Tabel 3.2 | Pilihan Jawaban dan Skor Skala Likert.....                                 | 58 |
| Tabel 3.3 | Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi<br>..... | 59 |
| Tabel 3.4 | Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi<br>..... | 62 |
| Tabel 3.5 | Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi<br>..... | 65 |
| Tabel 3.6 | Jadwal Pelatihan.....                                                      | 67 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|            |                                  |    |
|------------|----------------------------------|----|
| Gambar 2.1 | Sistem Pemasaran Sederhana ..... | 28 |
| Gambar 2.2 | Jenis Sponsorship .....          | 31 |
| Gambar 2.3 | Paradigma Penelitian .....       | 47 |