



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**

**ANALISIS PENGARUH EVENT/SPONSORSHIP TERHADAP
CITRA MEREK PASTA GIGI PEPSODENT PADA
PT. UNILEVER INDONESIA TBK**

SKRIPSI

**SYAIFULLOH
207.111.072**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2013**

PERNYATAAN ORISINALITAS

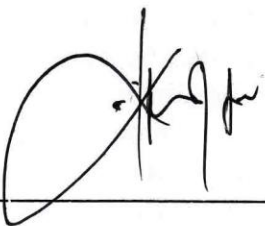
Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : **SYAIFULLOH**

NIM : **207.111.072**

Tanggal : **1 April 2013**

Tanda Tangan :



A handwritten signature in black ink, consisting of a large loop followed by several vertical and diagonal strokes, positioned above a horizontal line.

**ANALISIS PENGARUH EVENT/SPONSORSHIP
TERHADAP CITRA MEREK PASTA GIGI
PEPSODENT PADA PT UNILEVER INDONESIA TBK
(penelitian menggunakan asosiasi merek sebagai variabel moderating)**

Oleh:

Syaifulloh

Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *event/sponsorship* terhadap citra merek pasta gigi pepsodent dengan menggunakan asosiasi merek sebagai moderating. Perusahaan yang diteliti adalah PT Unilever Indonesia Tbk yang respondennya diambil dari murid sekolah dasar yang didampingi oleh wali murid masing-masing siswa pada saat event pasta gigi pepsodent dengan tema “senyum sehat senyum indonesia” yang diselenggarakan di SDN 02 Pagelaran Lampung. Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan 100 kuesioner kepada responden. Teknik pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS 17.0. Variabel yang diteliti terdiri dari *event/sponsorship* (X1), asosiasi merek (X2), dan citra merek (Y). Analisis yang digunakan untuk menguji penelitian ini adalah *Moderated Regression Analysis*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa dengan dijadikannya asosiasi merek sebagai variabel moderat tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *event/sponsorship* terhadap citra merek pasta gigi pepsodent. Dan dari hasil penelitian secara simultan dengan menjadikan asosiasi merek sebagai variabel moderat dikatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *event/sponsorship* terhadap variabel citra merek pasta gigi pepsodent. Dari hasil penelitian ini terbukti bahwa dengan diadakannya *event* pepsodent yang bertema “senyum sehat senyum indonesia” dapat meningkatkan citra merek produk pepsodent di benak konsumen.

Kata Kunci : Event/Sponsorship, Asosiasi Merek, dan Citra Merek

***ANALYSIS OF EFFECT EVENT / SPONSORSHIP TO
BRAND IMAGE PEPSODENT TOOTHPASTE
UNILEVER INDONESIA COMPANY***

(Research Using Brand Associations as Moderating Variables)

by:

SYAIFULLOH

***Faculty of Economics, University of Pembangunan National "Veteran"
Jakarta***

abstract

This study aimed to determine the effect of events/sponsorship for Pepsodent toothpaste brand image by using the brand as a moderating associations. The company studied was the Unilever Indonesia company respondents drawn from elementary school students accompanied by parents of each student at the time of Pepsodent toothpaste event with the theme "healthy smile smile Indonesia" held at SDN 02 performances Lampung. Data collection techniques in this study using primary data by spreading 100 questionnaires to the respondents. Data processing techniques performed using SPSS 17.0. The variables studied consisted of event / sponsorship (X1), brand associations (X2), and brand image (Y). The analysis used to test this study is Moderated Regression Analysis. The results show that the partial maketh the brand association as a moderate variable no significant effect between variables event / sponsorship for Pepsodent toothpaste brand image. And from the research results simultaneously by making the brand association as a moderate variable is said that there is significant influence between variables event / sponsorship on brand image variables Pepsodent toothpaste. From the results of this study proved that by holding a themed event Pepsodent "smile healthy smile Indonesia" to improve the image of the brand in consumers' minds Pepsodent products.

Keywords: Event / Sponsorship, Brand Association, and Brand Image

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syaifulloh
NPM : 207.111.072
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ANALISIS PENGARUH EVENT/SPONSORSHIP TERHADAP CITRA MEREK PEPSODENT PADA PT. UNILEVER INDONESIA TBK”
(penelitian menggunakan asosiasi merek sebagai variabel moderating).**

Beserta Perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 1 April 2013

Yang menyatakan,


METERAI
TEMPEL
PAJAK MEMBANGUN NEGARA
TGL
0AD6AABF45226488
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP Syaifulloh)



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**

**ANALISIS PENGARUH EVENT/SPONSORSHIP TERHADAP
CITRA MEREK PASTA GIGI PEPSODENT PADA
PT. UNILEVER INDONESIA TBK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

**SYAIFULLOH
207.111.072**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2013**

SKRIPSI

**“ANALISIS PENGARUH EVENT/SPONSORSHIP
TERHADAP CITRA MEREK PASTA GIGI PEPSODENT
PADA PT. UNILEVER INDONESIA TBK”**

(penelitian menggunakan asosiasi merek sebagai variabel moderating)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SYAIFULLOH

207.111.072

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal: 02 Maret 2013

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



(MB. Nani Ariani, SE, MM)

Jakarta,.....

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi S1 Manajemen



(Drs. Nurmatias, MM)

NIP : 030.213.65



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Sekretariat : Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450. Telp. 7656971, 7692856 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom.upnvj.ac.id

BERITA ACARA KOMPREHENSIF (SKRIPSI) SEMESTER GENAP T.A 2011/2012

Hari ini Sabtu, tanggal 02 Maret 2013, telah dilaksanakan Ujian Komprehensif (Skripsi) bagi mahasiswa:

Nama Mahasiswa : Syaifulloh

No. Pokok : 207.111.072

Program : S-1 MANAJEMEN (REGULER)

Dengan Judul Skripsi Sebagai Berikut :

" ANALISIS PENGARUH EVENT/SPONSORSHIP TERHADAP CITRA MEREK PASTA GIGI PEPSODENT PT. UNILEVER INDONESIA "

Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus / Tidak Lulus *)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda tangan
1.	Drs. Nobelson, MM	Ketua	1.
2.	Yuliniar, SE, MM	Anggota I	2.
3.	MB. Nani Ariani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 02 Maret 2013

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprog S-1 Manajemen

Drs. Nurmatias, MM

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“DIJALANAI, DINIKMATI, DISYUKURI”

And

“BELIEVE”

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Orang tua saya tersinta, terima kasih atas semua kasih sayang dan pengorbananmu, skripsi ini saya persembahkan untukmu sebagai wujud baktiku atas setiap tetesan keringatmu.

Kakak dan saudara-saudaraku tersayang terima kasih sudah memberikan motivasi kepadaku

Teman-teman seperjuangan di jurusan Manajemen pemasaran angkatan 2007, 2008, 2009

Dan

Untuk almamater tercinta

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, Tuhan yang maha esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah/skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH EVENT/SPONSORSHIP TERHADAP CITRA MEREK PASTA GIGI PADA PT. UNILEVER INDONESIA TBK” ((penelitian menggunakan assosiasi merek sebagai variabel moderating)**. Yang ditujukan sebagai syarat penulisan dalam menyelesaikan perkuliahan di Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jakarta.

Penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga karya ilmiah/skripsi ini dapat terselesaikan. Terutama terima kasih sebanyak-banyaknya penulis ucapkan kepada :

1. Koesnadi kardi, Msc, RCDS selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. DR. Erna Hernawati, Ak, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Drs. Nurmatias, MM selaku KAPROG S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. MB. Nani Ariani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya kepada penulis untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan banyak masukan selama penulisan skripsi ini.
5. Yuliniar, SE, MM selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jakarta dan selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan saran yang dibutuhkan penulis.
6. Drs. Nobelson, SE, MM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan banyak masukan yang bermanfaat selama penulisan skripsi.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta atas ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama kuliah
8. Penghargaan dan ucapan terima kasih juga penulis ucapkan sebesar-besarnya kepada orang tua saya dan kakak tersayang yang telah banyak membantu penulis dalam segala hal baik doa, kasih sayang, secara materi,

moral, dan mental. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat dan tanggung jawab.

9. Tidak lupa juga penulis ucapkan kepada teman-teman yang telah membantu penulis khususnya kepada Rendra Sanjaya SE, Ana Tresna SE, Nilam Puri Fauziah SE, Arief Setiawan SE, Andi Setiawan SE, Fadhilatul SE, dan kepada semua teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga karya tulis/skripsi ini dapat memberikan pengetahuan bagi saya selaku penulis, dan bagi semua pembaca. Penulis menyadari sepenuhnya karya tulis/skripsi ini belumlah sempurna. Seperti kata pepatah “Tiada gading yang tak retak”, oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan karya tulis/skripsi ini guna memperbaiki hasil karya ilmiah/skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih atas perhatiannya dan semoga karya ilmiah/skripsi ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi semua pembaca.

Jakarta, 1 April 2013

Penulis

Syaifulloh

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Lampung pada tanggal 15 Januari 1983 dari Bapak Antoni dan Ibu Musyarofah, penulis merupakan putra kedua dari dua bersaudara. Tahun 2001 penulis lulus dari SMK PGRI 01 Pringsewu, dan pada tahun yang sama penulis bekerja sebelum masuk ke perguruan tinggi kemudian pada tahun 2007 penulis masuk Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis memilih Fakultas Ekonomi Program Studi S1 Manajemen.

Selama mengikuti perkuliahan saya sangat senang karena selain belajar dikampus saya mendapatkan banyak ilmu, saya juga dapat berinteraksi dengan dosen, serta teman yang selama ini ternyata dapat menjadi motivator. Serta dukungan teman-teman Manajemen angkatan 2007 yang telah memberi kekuatan untuk merampungkan skripsi yang telah saya selesaikan. Hingga akhirnya penulis telah menyelesaikan seluruh program studi S1 Manajemen Pemasaran di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Pernyataan Orisinilitas.....	ii
Abstrak.....	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi	v
Halaman Judul	vi
Pengesahan	vii
Berita Acara Komprehensip	viii
Persembahan	ix
Prakata.....	x
Riwayat Hidup.....	xi
Daftar isi.....	xii
Daftar tabel.....	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang	1
I.2. Perumusan Masalah	3
I.3. Tujuan Penelitian	4
I.4. Manfaat Penelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1. Hasil Penelitian Terdahulu	5
II.2. Landasan Teori	6
II.2.1. Pengertian Pemasaran	6
II.2.1.1. Pengertian Bauran Pemasaran	7
II.2.2. Pengertian Promosi	7
II.2.2.1. Bauran Promosi	9
II.2.3. Event/Sponsorship	11
II.2.3.1. Tujuan dan Fungsi Event/Sponsorship	13
II.2.3.2. Jenis-Jenis Event/Sponsorship.....	14
II.2.3.3. Perencanaan Event/Sponsorship	15
II.2.4. Asosiasi Merek	16
II.2.4.1. Pengertian Asosiasi Merek	16
II.2.4.2. Jenis-Jenis Asosiasi Merek	17
II.2.5. Brand Image (Citra Merek)	18
II.2.5.1. Tingkatan Merek	19
II.2.5.2. Manfaat Brand Image (Citra Merek).....	19
II.2.5.3. Pengukuran Brand Image (Citra Merek)	21
II.3. Pengembangan Hipotesis	21
II.4. Kerangka Pemikiran	22

BAB III METODE PENELITIAN

III.1. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	23
III.1.1. Definisi Operasional	23
III.1.2. Pengukuran Variabel	24

III.2.	Metode Penentuan populasi dan Sampel	25
III.2.1.	Populasi	25
III.2.2	Sampel	25
III.3.	Metode Pengumpulan Data	26
III.3.1.	Uji Kualitas Data	28
III.3.1.1.	Uji Validitas	28
III.3.1.2	Uji Reliabilitas	28
III.4.	Metode Analisis Dan Uji Hipotesis	29
III.4.1.	Analisis Asumsi Klasik (Asumsi BLUE)	29
III.4.2.	Analisis Regresi	32
III.4.2.1.	Uji Interaksi atau Moderated Regression Analysis	32
III.4.3.	Uji T	33
III.4.4.	Uji F	34
III.4.5.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

IV.1.	Deskripsi objek penelitian	36
IV.1.1.	Sejarah PT . Unilever Indonesia Tbk	36
IV.1.2.	Visi dan misi	38
IV.1.3.	Perkembangan Perusahaan	38
IV.1.4.	Produk-Produk Pepsodent yang Dihasilkan	39
IV.1.5.	Event/Sponsorship Pepsodent	40
IV.2.	Deskripsi Data Penelitian	41
IV.2.1.	Karakteristik Responden	41
IV.2.2.	Uji Validitas	42
IV.2.3.	Uji Reliabilitas	42
IV.3.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	45
IV.3.1.	Analisis asumsi klasik	45
IV.3.1.1	Uji multikolinieritas	45
IV.3.1.2	Uji Autokorelasi	47
IV.3.1.3	Uji heteroskedastisitas	49
IV.3.1.4	Uji normalitas.....	50
IV.3.2.	Analisis regresi	52
IV.3.2.1	Uji Interaksi atau <i>Moderated Regression Analysis</i>	54
IV.3.3	Uji hipotesis	55
IV.3.3.1	Uji F	55
IV.3.3.2.	Koefisien determinasi (R^2)	56
IV.3.4.	Pembahasan hasil penelitian	57

BAB V.SIMPULAN DAN SARAN

V.1.	Kesimpulan	59
V.2.	Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	5
Tabel 2.2	Media Promosi	11
Tabel 3.1	Pengukuran Variabel	24
Tabel 3.2	Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert	26
Tabel 3.3	Kisi-Kisi Konstrumen	27
Tabel 3.4	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	29
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Event/Sponsorship.....	42
Tabel 4.4	Hasil Item Total Statistik	43
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Asosiasi Merek.....	43
Tabel 4.6	Hasil Item Total Statistik	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	44
Tabel 4.8	Hasil Item Total Statistik	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas Event/Sponsorship	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas Asosiasi Merek	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas Moderat.....	46
Tabel 4.12	Hasil Uji Autokorelasi Event/Sponsorship	48
Tabel 4.13	Hasil Uji Autokorelasi Asosiasi Merek	48
Tabel 4.14	Hasil Uji Autokorelasi Moderat	48
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Event/Sponsorship.....	53
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Asosiasi Merek	54
Tabel 4.17	Hasil Uji Interaksi atau <i>Moderated Regression Analysis</i>	55
Tabel 4.18	Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1	Produk-Produk Yang Dihasilkan Pepsodent	40
Gambar 4.2	Event/Sponsorship Pemeriksaan Gratis Pepsodent	41
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedasitas Event/Sponsorship	49
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedasitas Asosiasi Merek	50
Gambar 4.5	Hasil Uji Heteroskedasitas Citra Merek.....	50
Gambar 4.6	Hasil Uji Normalitas Event/Sponsorship	51
Gambar 4.7	Hasil Uji Normalitas Asosiasi Merek.....	52
Gambar 4.8	Hasil Uji Normalitas Citra Merek	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Instrument Pengumpulan Data
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Tabulasi Data Mentah Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil *Output SPSS*
- Lampiran 5 Tabel r *Product Moment*
- Lampiran 6 Tabel t
- Lampiran 7 Tabel F
- Lampiran 8 Surat Riset