

ANALISIS PENGARUH EVENT/SPONSORSHIP TERHADAP BRAND IMAGE ROKOK L.A LIGHTS PT. DJARUM TBK

**Oleh:
RENDRA SANJAYA**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *event/sponsorship* terhadap *brand image* rokok L.A Lights. Perusahaan yang diteliti adalah PT. Djarum Tbk yang respondennya diambil dari pengunjung remaja baik pria maupun wanita pada saat *event* L.A Lights *indiefest* yang diadakan di kampus Trisakti Jakarta. Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan 100 kuesioner kepada responden. Teknik pengolahan data dilakukan menggunakan spss 16.0. Variabel yang diteliti terdiri dari *event/sponsorship* dan *brand image*. Analisis yang digunakan untuk menguji penelitian ini adalah regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel *event/sponsorship* terhadap *brand image* rokok L.A Lights. Dan dikatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *event/sponsorship* terhadap variabel *brand image*. Dari hasil penelitian tersebut terbukti bahwa dengan mengadakan *event/sponsorship* L.A Lights dapat meningkatkan *brand image* produknya di benak konsumen.

Kata Kunci : *Event/Sponsorship, Brand Image*

**ANALYSIS THE INFLUENCE OF EVENT/SPONSORSHIP TO
THE BRAND IMAGE OF L.A LIGHTS CIGARETTES THE
DJARUM COMPANY**

**By:
RENDRA SANJAYA**

Abstract

This study aimed to determine the effect of events/sponsorship for cigarette LA Lights brand image. The company studied is PT. Djarum Tbk respondents drawn from teenage visitors both men and women at the LA Lights Indiefest event held on the campus of Trisakti Jakarta. Data collection techniques in this study using primary data by spreading 100 questionnaires to the respondents. Data processing techniques performed using SPSS 16.0. The variables studied consisted of events/sponsorship and brand image. The analysis used to test this study is a simple regression. The results showed a strong correlation between the variables event/sponsorship for cigarette LA Lights brand image. And it is said that there is significant influence between variables event/sponsorship on brand image variables. From the results of these studies proved that by organizing events/sponsorship LA Lights can enhance the brand image of their products in the minds of consumers.

Key Words : Event/sponsorship, Brand Image