

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Marketing</i>	9
2.1.2 <i>Consumer Behaviour</i>	10
2.1.3 <i>Purchase Decision</i>	13
2.1.4 <i>Purchase Intention</i>	15

2.1.5 <i>Involvement</i>	15
2.1.6 <i>Sponsorship Awareness</i>	17
2.1.7 <i>Brand Image</i>	18
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	18
2.3 Model Penelitian.....	22
BAB III. METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3.3 Desain Pengambilan Sampel	26
3.4 Obyek Penelitian	28
3.5 Metode Pengumpulan Data	28
3.6 Instrumen Penelitian	28
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	29
3.8 Analisis Data	29
BAB IV. ANALISIS DATA	30
4.1 Kualitas Data Penelitian	30
4.1.1 Profil Responden	30
4.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
4.2 Statistik Deskriptif.....	34
4.3 Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian	35
4.3.1 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	35
4.3.2 Pengukuran Model Penelitian	37
4.3.3 Evaluasi data dengan kriteria <i>Goodness of Fit</i>	38

4.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	39
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	55



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PENGARUH KEIKUTSERTAAN OLAHRAGA, KESADARAN MEREK, CITRA MEREK TERHADAP NIAT
PEMBELIAN PRODUK SPONSOR**

M. TEGUH PRASETIO, Teguh Budiarto, Drs., M.I.M.

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>