

INTISARI

PT. Nissan Motor Indonesia (NMI) adalah salah satu perusahaan di Indonesia yg bergerak di bidang otomotif yang ikut meramaikan persaingan bisnis di dunia otomotif. Salah satu merek dari perusahaan tersebut yaitu Datsun. Merek Datsun adalah suatu merek yang pernah muncul sekitar era 60 an. Dan saat ini, merek Datsun mencoba untuk hadir kembali dalam persaingan bisnis otomotif di Indonesia.

Seiring dengan ketatnya tingkat persaingan bisnis otomotif di Indonesia, memaksa merek Datsun harus bisa bertahan dalam menghadapi persaingan yang ada. Dan ini menjadi suatu tantangan tersendiri bagi merek Datsun untuk dapat kembali muncul di benak dan hati masyarakat Indonesia. Dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat untuk menghadapi situasi persaingan ini. Dan salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh Datsun untuk dapat bersaing kembali dan mendapat perhatian masyarakat adalah dengan menjadi sponsor olahraga salah satu klub sepakbola yaitu klub sepakbola Persib Bandung.

Tujuan penelitian yaitu untuk menguji seberapa besar pengaruh pensponsoran olahraga Datsun sebagai sponsor utama klub sepakbola Persib Bandung pada kesadaran merek dan citra merek Datsun khususnya di daerah Jawa Barat. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkonfirmasi atau menguji penelitian-penelitian terdahulu mengenai pengaruh antar variabel-variabel yang diteliti, yang meliputi pensponsoran (sponsorship) olahraga, kesadaran merek dan citra merek dengan objek penelitian yang berbeda. Adapun objek pada penelitian ini adalah merek Datsun yang bergerak pada bidang otomotif. Jadi dalam penelitian ini menggunakan konsep dasar yang sama, tetapi dengan objek penelitian yang berbeda. Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden. Pengujian validitas menggunakan CFA (confirmatory factor analysis), sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan dengan Cronbach alpha. Kemudian untuk menguji pengaruh antar variabel dalam penelitian menggunakan metode SEM ((Structural Equation Modeling).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pensponsoran olahraga berpengaruh positif pada kesadaran merek dan citra merek Datsun.

Kata kunci: sponsorship olahraga, kesadaran merek, citra merek

ABSTRACT

PT. Nissan Motor Indonesia (NMI) is one of the automotive companies in Indonesia that enliven competition in the automotive business world. One of the company's brands is Datsun. The Datsun brand is a brand that once emerged around the 60's. And right now, the Datsun brand is trying to come back in the automotive business competition in Indonesia.

Along with the tight level of automotive business competition in Indonesia, making brand Datsun must be able to survive in the face of existing competition. And this becomes a challenge for the brand Datsun to be re-emerged in the minds and hearts of Indonesian society. It takes a proper marketing strategy to deal with this competitive situation. And one of the marketing strategies used by Datsun to be able to compete again and get the public's attention is to become a sports sponsor one of the football club which is football club Persib Bandung.

The purpose of this research is to examine how strong the effect of sport sponsorship of Datsun as the main sponsor of Persib Bandung football club on brand awareness and Datsun brand image specifically in West Java area. This research applies to confirm and examine the previous research studies of the effects among the variables studied, which are includes sports sponsorship, brand awareness and brand image with using different research objects. The object of this research is the Datsun brand that moves in the automotive field. So in this study using the same basic concepts, but with different research objects. The hypothesis in this research tested with quantitative methode using the data which generated through the spreading of questionnaires to 200 respondents. Validity testing uses CFA (confirmatory factor analysis), while reliability testing is performed with Cronbach alpha. Then for tested of the influence among variables in research using SEM (Structural Equation Modeling) method.

The results of this study indicate the positive effect of sport sponsorship on brand awareness and brand image Datsun.

Keywords: sport sponsorship, brand awareness, brand image.