

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN ORISINALITAS

MOTTO

BIOGRAFI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR DIAGRAM.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Kerangka Pemikiran.....	15
G. Hipotesis.....	19

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka	21
-------------------------	----

1. Pengertian Ilmu Manajemen.....	21
2. Pengertian Pemasaran.....	25
3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	26
B. Tinjauan Teoritis	26
1. Pengertian <i>Event Sponsorship</i>	26
2. Manfaat <i>Event Sponsorship</i>	27
3. Tujuan <i>Event Sponsorship</i>	28
4. Jenis <i>Event Sponsorship</i>	29
5. Pengertian <i>Brand Awerness</i>	31
6. Manfaat <i>Brand Awerness</i>	33
7. Tingkatan <i>Brand Awerness</i>	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi	38
2. Sampel	39
C. Jenis Data	41
D. Variabel Penelitian	41
1. <i>Dependen Variable</i>	42
2. <i>Indevenden Variable</i>	42
3. Operasional Variabel.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43

1. Observasi.....	43
2. Kuesioner atau Amgket.....	43
3. Wawancara.....	44
4. Studi Pustaka.....	45
F. Analisis Data.....	45
1. Pengujian Instrumen.....	45
a. Uji validitas.....	45
b. Uji reabilitas.....	45
c. Analisis Deskriptif.....	47
2. Statistik Deskriptif.....	47
a. Korelasi.....	47
3. Metode Pengolahan Data.....	48
a. Analisis Regresi.....	48
b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	50
c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama (Uji F).....	51
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	52
G. Jadwal dan Tempat Penelitian.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Mizan.....	55
1. Sejarah Mizan.....	55
2. Logo Mizan.....	57
3. Contact Office.....	57

4. Visi dan Misi Mizan.....	57
5. Struktur Organisasi.....	59
B. Hasil Penelitian	63
1. Karakteristik Responden	63
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
1. Hasil Uji Validitas.....	64
2. Hasil Uji Reliabilitas	67
D. Hasil Uji Hipotesis	69
1. Analisis Regresi Berganda	69
2. Pengujian Hipotesis.....	71
a. Uji Parsial (Uji T).....	71
b. Uji Simultan.....	73
E. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
F. Pengolahan Data Deskriptif	75
1. Tanggapan Responden <i>Sponsorship</i>	75
2. Tanggapan Responden <i>Brand Awareness (Y)</i>	86
G. Pembahasan Penelitian.....	95
1. Pengaruh <i>Target Audiens</i> Terhadap <i>Brand Awerness</i>	95
2. Pengaruh <i>Brand Positioning</i> Terhadap <i>Brand Awerness</i>	95
3. Pengaruh <i>Message Capacity</i> Terhadap <i>Brand Awerness</i>	95
4. Pengaruh <i>Target Audiens, Brand Positioning, dan Message Capacity</i>	

Terhadap <i>Brand Awerness</i>	96
BAB VPENUTUP	
A. Simpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penertbit IKAPI dariseluruh Indonesia	5
Tabel 1.2 Data Penertbit Non IKAPI dariseluruh Indonesia.....	7
Tabel 1.3 Daftar <i>Sponsorship</i> Mizan	10
Tabel 1.4 Mini Kuesioner	11
Tabel 1.5 Peneitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 DaftarJumlahMahasiswaperiodeTahunAkademik 2016-2017.....	39
Tabel 3.2 Definisi Operaional Variabel	43
Tabel 3.3 Skala Likert.....	44
Tabel 3.4kriteriaInterpretasiSkor	48
Tabel 3.5 PedomanInterpretasiKoefisienDeterminasi	53
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian.....	54
Tabel4.1 karakteristikRespondenBerdasarkanJenisKelamin	63
Tabel4.2 karakteristikRespondenBerdasarkanUsia.....	63
Tabel 4.3 HasilUjiValiditas (X1) <i>Target Audien</i>	65
Tabel 4.4HasilUjiValiditas (X2) <i>Brand Positioning</i>	65
Tabel 4.5HasilUjiValiditas (X3) <i>Message Capacity</i>	66
Tabel 4.6HasilUjiValiditas (Y) <i>Brand Awareness</i>	66
Tabel 4.7HasilUjiReliabilitas (X1) <i>Target Audien</i>	67
Tabel 4.8HasilUjiReliabilitas (X2) <i>Brand Positioning</i>	68
Tabel 4.9HasilUjiReliabilitas (X3) <i>Message Capacity</i>	68

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas (Y) <i>Brand Awareness</i>	69
Tabel 4.11 hasil Uji Analisis Regresi Berganda	70
Tabel 4.12 Hasil Uji secara Parsial (Uji T)	72
Tabel 4.13 Hasil Uji F	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
Tabel 4.15 Pernyataan 1 <i>Sponsorship</i> mizan sesuai dengan lingkungan mahasiswa,	75
Tabel 4.16 Pertanyaan 2 <i>Event sponsorship</i> mizan sesuai dengan acara musik di kampus	76
Tabel 4.17 Pertanyaan 3 <i>Event sponsorship</i> mizan sesuai dengan acara musik di kampus	76
Tabel 4.18 Pertanyaan 4 <i>Event sponsorship</i> mizan sesuai dengan acara milad jurusan	77
Tabel 4.19 Pertanyaan 5 <i>Event sponsorship</i> mizan sesuai dengan acara musik di kampus	78
Tabel 4.20 Pertanyaan 6 <i>Event festival Marawis Jawa Barat SMP</i> Disponsori Mizan	78
Tabel 4.21 Pertanyaan 7 <i>Event seminar Kewirausahaan untuk Umum</i> Disponsori Mizan	79
Tabel 4.22 Pertanyaan 8 Produk Buku Mizan Memiliki Daya Tarik di <i>Event Musik</i>	80

Tabel 4.23 Pertanyaan 9 ProdukBukuMizanmemilikiDayaTarik di <i>event</i>	
Olahraga	81
Tabel 4.24 Pertanyaan 10 ProdukBukuMizanmemilikiDayaTarik di <i>event</i>	
MiladJurusan	81
Tabel 4.25 Pertanyaan 11 ProdukBukuMizanmemilikiDayaTarik di <i>event</i>	
Religi	82
Tabel 4.26 Pertanyaan 12 Terlihat Logo Mizan di Banner <i>Event</i> Kampus	83
Tabel 4.27 Pertanyaan 13 MerekMizanTerlihat di Ticket <i>Event</i> Kampus.....	84
Tabel 4.28 Pertanyaan 14 TerlihatMerekMizanTerlihat di Pamflet	
<i>Event</i> Kampus	84
Tabel 4.29 Pertanyaan 15 MC MenyebutkanMerekMizansaat <i>Event</i>	85
Tabel 4.30 Pertanyaan 16 Stand BazaarMizanTerlihat di <i>Event</i> Kampus	85
Tabel 4.31 Pertanyaan 17 MerekBuku yang Pertama Kali Munculdalam	
BenakPikiranadalahMizan	86
Tabel 4.32 Pertanyaan 18 SayaSeringMembeliProdukTerbitanMizan.....	87
Tabel 4.33 Pertanyaan 19 BukuMizanSelaluSaya Baca dalamSehari-hari.....	87
Tabel 4.34 Pertanyaan 20 BukuPenerbitMizanLebihdiminati	88
Tabel 4.35 Pertanyaan 21 NamaMerekMizan di Banner membantumengingat	
ProdukMizan	89
Tabel 4.36 Pertanyaan 22 Logo Mizansaat <i>Event</i> membantusaya	
mengingatMizan.....	89

Tabel 4.37 Pertanyaan 23 Stand Mizan yang dilihat Selama <i>Event</i> membantu saya mengingat Mizan.....	90
Tabel 4.38 Pertanyaan 24 Saya Mengenal Buku Penerbit Mizan Melalui <i>Event</i> di Kampus	91
Tabel 4.39 Pertanyaan 25 Saya Membeli Buku Terbitan Mizan Karena Lebih Populer	91
Tabel 4.40 Pertanyaan 26 Buku Penerbit Mizan Dikenal Karena Kualitasnya	92
Tabel 4.41 Pertanyaan 27 Buku Penerbit Mizan Dikenal Karena Harganya Murah	93
Tabel 4.42 Pertanyaan 28 Mizan Termasuk Penerbit Terbaik	93
Tabel 4.43 Pertanyaan 29 Merek Buku yang Melekat dalam Pikirannya Merek Mizan	94
Tabel 4.44 Pertanyaan 30 Merek Buku yang Melekat dalam Pikirannya Merek Mizan	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar2.1 Piramida Tingkatan Brand Awareness.....	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	59
Gambar 4.2 Pernyataan 1	
Gambar 4.3 Pernyataan 2	
Gambar 4.4 Pernyataan 3	
Gambar 4.5 Pernyataan 4.....	
Gambar 4.6 Pernyataan 5	
Gambar 4.7 Pernyataan 6	
Gambar 4.8 Pernyataan 7	
Gambar 4.9 Pernyataan 8	
Gambar 4.10 Pernyataan 9	
Gambar 4.11 Pernyataan 10.....	
Gambar 4.12 Pernyataan 11	
Gambar 4.13 Pernyataan 12	
Gambar 4.14 Pernyataan 13	
Gambar 4.15 Pernyataan 14	
Gambar 4.16 Pernyataan 15	
Gambar 4.17 Pernyataan 16	
Gambar 4.18 Pernyataan 17	

Gambar 4.19 Pernyataan 18
Gambar 4.20 Pernyataan 19
Gambar 4.21 Pernyataan 20
Gambar 4.22 Pernyataan 21
Gambar 4.23 Pernyataan 22
Gambar 4.24 Pernyataan 23
Gambar 4.25 Pernyataan 24
Gambar 4.26 Pernyataan 25
Gambar 4.27 Pernyataan 26
Gambar 4.28 Pernyataan 27
Gambar 4.29 Pernyataan 28
Gambar 4.30 Pernyataan 29
Gambar 4.31 Pernyataan 30





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR GRAFIK

Grafik1.1.Data Jumlah ISBN yang Diterbitkan 2010-2015..... 8



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1.Data penjualan non ebookdanebook di indonesia 2015.....9

