

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi  
Program Studi S-1 Manajemen  
2017

Amelia Putri  
120.2013.010

Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh *Sponsorship* Terhadap Minat Beli  
Konsumen Pada Baju Karate Arawaza Yang Digunakan Oleh Atlet Pelatnas Di  
Indonesia

118 + xiv halaman, 20 tabel , 9 gambar, dan 9 lampiran

### Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sponsorship* terhadap minat beli konsumen dengan citra merek sebagai variabel pemediasi dan pengaruh harga terhadap minat beli konsumen, karena harga merupakan salah satu pertimbangan seseorang untuk menentukan minat beli. Melihat potensi pasar baju karate, khususnya merek baju karate yang digunakan oleh atlet pelatnas, maka penelitian ini mengangkat objek minat beli baju karate merek Arawaza dengan jumlah 100 responden yang merupakan praktisi tingkat provinsi yang belum mempunyai baju karate merek Arawaza. Metode *survey* dilakukan dengan teknik wawancara menggunakan kuisioner yang diukur dengan skala *Likert's*. Data jawaban responden dianalisis menggunakan statistik inferensial dan statistik deskriptif dengan *Path analysis* disertai *Uji Sobel* untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek, *sponsorship* dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini juga berhasil membuktikan bahwa variabel citra merek mampu memediasi pengaruh *sponsorship* terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan tinjauan Islam, secara keseluruhan praktek citra merek dalam memediasi pengaruh *sponsorship* terhadap minat beli konsumen hukumnya diperbolehkan sesuai dengan HR.Bukhari : 1973 dan HR.Muslim : 3858 serta HR.Hakim bin Hizam *radhiallahu'anhu*). Sementara itu, tinjauan Islam mengenai penentuan harga haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak yang disebut *Ar-Ridha*, sesuai dengan QS.An-Nisaa' (4) : 29.

**Kata kunci :** *sponsorship, citra merek, harga, minat beli konsumen*

## ABSTRACT

Faculty Of Economics

S-1 Study Program Management

2017

Amelia Putri

120.2013.010

The Role of Brand Image in Mediating Sponsorship Towards Customer Purchase Intention on Arawaza Karate's Suit Used By Pelatnas Athletes in Indonesia

118 + xiv pages, 20 tables, 9 pictures, and 9 attachments

### Abstract Description

*This research aims to find out the influence between sponsorship towards customer purchase intention with brand image as both mediation variable and price influence of customer purchase intention, because price is a consumers consideration of determine customer purchase intention. Realizing the potential market of karate's suit, especially the brand of karate's suit used by pelatnas athletes, this study examine ow good the impact of purchase intention in karate's suit branded Arawaza with 100 respondents. They are practitioners at the provincial level who don't have Arawaza karate's suit. Interview technique using questionnaire which is measured by Likert's scale is used as a survey method. Data of respondent's answer are analyzed by descriptive and inferential statistics, with path analysis and Sobbel test to test hypothesis which have been formulated. The results of this research show that: brand image, sponsorship and price have the significantly effect toward customer purchase intention. This research is also willing to prove that brand image is able to mediate the influence between sponsorship and customer purchase intention. Based on Islamic point of view, simultaneously, Brand Image in Mediating the Influence of Sponsorship Towards Customer Purchase Intention is allowed to do, suitable with Rasulullah's Hadist HR.Bukhari:1973 and HR.Muslim:3858 and HR.Hakim bin Hizam radhiallahu'anhu). Which has the meaning : the pricing determination should be on the basis of willingness between each people which is called Ar-Rida, in accordance with QS.An-Nisaa '(4): 29.*

**Keywords :** *sponsorships, brand image, price, customer purchase intention*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis masih diberi kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh *Sponsorship* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Baju Karate Arawaza Yang Digunakan Oleh Atlet Pelatnas Indonesia”. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas YARSI.

Skripsi ini telah dibuat dengan berbagai sumber informasi dan bantuan dari berbagai pihak, untuk dapat menyelesaikan tantangan maupun hambatan selama mengerjakan skripsi. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Amin Mansur, ME., selaku dosen pembimbing Ilmu yang telah memberikan banyak arahan dan masukan sehingga skripsi dapat terselesaikan sesuai waktu yang telah ditentukan dan tersusun dengan rapi.
2. Bapak Irwandi M. Zen, Lc., MA., selaku dosen pembimbing Agama yang telah mencurahkan perhatian, doa, bantuan dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Anis Byarwati, S.Ag., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas YARSI atas kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat melanjutkan studi di Fakultas Ekonomi Universitas YARSI.
4. Zulihar, SE, MM. selaku ketua prodi bidang manajemen yang lama karena sudah memberi arahan dalam langkah awal penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Rini Hidayati, SE.MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen yang baru, atas waktu dan kesediaannya memberikan pembinaan pendidikan maupun bantuan lainnya seperti persoalan karate (*non-akademik*) kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas YARSI.
6. Ibu Ir. Verni Y. Ismail, MM. Msi., selaku Pembimbing Akademik atas petunjuk dan nasihat yang diberikan selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas YARSI.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas YARSI atas segala bimbingan dan ilmu yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan.
8. Segenap Bapak/Ibu Staff Tata Usaha di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas YARSI atas kesediaannya membantu penulis memenuhi segala administrasi mengenai kemahasiswaan.
9. Kedua Orang tua tercinta yaitu Bapak Ir. Oka Moerod dan Ibu Nurmawaty,S.pd., serta keluarga yang senantiasa selalu mendukung baik dari segi materil maupun moril dan selalu mendoakan tiada hentinya untuk memotivasi penulis dalam menjalani perkuliahan di Universitas YARSI Jakarta.
10. Rahmat Nur Ramadhan,S.pd., yang senantiasa memberikan dorongan motivasi dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.

11. Mahacita Sandrisa, SE dan Syafrinda Aulia yang membantu proses penjelasan olah data sehingga penulis dapat mengerti dengan baik langkah-langkah penelitian skripsi.
12. Kepada teman-teman seperjuangan, yaitu angkatan 2013 atas semua dukungan, kekeluargaan dan solidaritasnya selama penulis menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas YARSI.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara dukungan secara materi dan moral.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktunya dalam proses penyusunan skripsi ini. Setelah melalui proses yang panjang dan penuh tantangan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang tentunya dengan segala keterbatasan ilmu yang penulis miliki masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata, semoga segala bantuan yang telah diberikan, sebagai amal soleh senantiasa mendapat Ridho Allah SWT. Sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan informasi yang terkandung di dalamnya.

Jakarta, Juli 2017

Penulis