

PENGARUH *SPORTS MARKETING* DALAM MINAT BELI PRODUK DI PT. PERSIB BANDUNG BERMARTABAT

Ditulis oleh :
Muhammad Alief Nurjaman

Pembimbing :
Mutia Tri Satya, S.Sos., M.Si., Msm

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh sports marketing dalam minat beli produk di PT. Persib Bandung Bermartabat. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif, dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner untuk 100 responden yang ditemui di Jatinangor yang menyukai Persib Bandung . Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil uji hipotesis dan reliabilitas menunjukkan bahwa sports marketing pada PT. Persib Bandung Bermartabat termasuk pada kategori cukup baik, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,517 yang menunjukkan sebesar 0,517 atau 51,7% minat beli dapat dipengaruhi oleh sports marketing dan sisanya sebesar 48,3% keputusan pembelian dipengaruhi variabel lain.

Kata Kunci: Sports Marketing, Minat Beli

***THE EFFECT OF SPORTS MARKETING IN INTEREST TO BUY
PRODUCTS AT PT. PERSIB BANDUNG DIGNITY***

Written by :
Muhammad Alief Nurjaman

Preceptor :
Mutia Tri Satya, S.Sos., M.Si., Msm.

ABSTRACT

This study examines the influence of sports marketing on product purchase intention at PT. Dignity Persib Bandung. The method used is a descriptive and verification method, with data collection techniques carried out by distributing questionnaires to 100 respondents found in Jatinangor who like Persib Bandung. Data analysis used simple linear regression analysis. Based on the results of hypothesis testing and reliability show that sports marketing at PT. Dignified Persib Bandung is included in the fairly good category, it can be seen that the correlation coefficient is 0.517 which indicates 0.517 or 51.7% buying interest can be influenced by sports marketing and the remaining 48.3% purchasing decisions are influenced by other variables.

Keywords: Sports Marketing, Purchase Intention