

SKRIPSI

**PENGARUH *EVENT SPONSORSHIP*, *BRAND PERSONALITY*
DAN *QUALITY PERCEIVED* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PLATINUM MUSIC STUDIO**



Oleh:

**TESALONIKA PRAMUDYA WARDANA
19110035**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH *EVENT SPONSORSHIP*, *BRAND PERSONALITY*
DAN *QUALITY PERCEIVED* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PLATINUM MUSIC STUDIO**

**Diajukan sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

TESALONIKA PRAMUDYA WARDANA

19110035

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

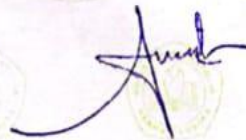
Skripsi yang ditulis oleh Tesalonika Pramudya Wardana

Dengan NPM 19110035

Telah diuji pada 15 Februari 2024

Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji



Prof. Dr. Maria Widyastuti, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M.

Ketua Progam Studi



Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tesalonika Pramudya Wardana

NPM : 19110035

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Judul : **PENGARUH *EVENT SPONSORSHIP, BRAND PERSONALITY* DAN *QUALITY PERCEIVED* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PLATINUM MUSIC STUDIO**

Mengetahui

Tanggal: 7 Februari 2024

Pembimbing



.....
(Deograsias Yoseph YF, S.E., M.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi



.....
(Dr. Thyopolda W. S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH *EVENT SPONSORSHIP, BRAND PERSONALITY*
DAN *QUALITY PERCEIVED* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PLATINUM MUSIC STUDIO

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari Kamis Tanggal 15 Bulan Februari Tahun 2024

Disusun oleh:

Nama : Tesalonika Pramudya Wardana

NPM : 19110035

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tim Penguji

1. Prof. Dr. Maria Widyastuti, M.M.

(Ketua)

2. Bernardus Aris Ferdinand, S.S., M.M.

(Anggota)

3. Deograsias Yoseph YF, S.E., M.M.

(Anggota)



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tesalonika Pramudya Wardana

Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran

Alamat : Perumahan Kebon Waris II, No A22, Pandaan, Jawa Timur

No. Identitas : 3514112709000002

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

PENGARUH *EVENT SPONSORSHIP*, *BRAND PERSONALITY* DAN *QUALITY PERCEIVED* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PLATINUM MUSIC STUDIO

Dengan jujur, saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya pribadi saya yang belum pernah dipublikasikan secara umum atau sebagian dalam bentuk jurnal atau media lain yang dapat diakses oleh masyarakat. Seluruh isi skripsi ini merupakan karya asli saya, dan semua sumber referensi yang saya gunakan telah diacu sesuai dengan norma akademik yang berlaku. Saya bersedia menerima konsekuensi dan sanksi yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika jika di kemudian hari terbukti adanya pelanggaran seperti penyalinan atau peniruan karya tulis orang lain, termasuk pencabutan gelar sarjana. Pernyataan ini saya sampaikan dengan sungguh-sungguh dan penuh tanggung jawab.

Surabaya,.....

Hormat saya,



Tesalonika Pramudya Wardana

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas berkat dan penyertaan-Nya yang sungguh besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Event Sponsorship*, *Brand Sponsorship*, dan *Quality Perceived* terhadap Keputusan Pembelian Pada Platinum Music Studio” dengan baik dan lancar. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Dalam penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Adrian Adiredjo, S.T.L., M.A., S.T.D selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk dapat belajar dan menambah pengetahuan di Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Bapak R. Petrus Subekti, S.H., M.Si. selaku Wakil Rektor II Universitas Katolik Darma Cendika yang memberikan kelancaran pada peneliti dalam melanjutkan perkuliahan di Universitas Katolik Darma Cendika.
3. Bapak Wisnu Kristiadi selaku Pengurus dari Beasiswa ASA yang telah banyak membantu peneliti untuk dapat melanjutkan perkuliahan di Universitas Katolik Darma Cendika.
4. Dr. Lilik Indrawati, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.



5. Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

6. Ibu Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M. selaku dosen wali yang membimbing peneliti dari pertama masuk perkuliahan hingga peneliti menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak Deograsias Yoseph Yustinianus Ferdinand, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Kepada keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat pada saat peneliti menyusun skripsi ini.

Pacarku yang cantik, Vay Elaine Tjahyono yang selalu menemani, memberi semangat dan memberikan doa pada saat peneliti menyusun skripsi ini.

10. Semua teman-temanku tersayang seperti Nico, Apin, Kharis, Dll. Yang selalu memberikan doa dan dorongan semangat pada peneliti yang menyusun skripsi ini.

Demikian ucapan terima kasih pada seluruh pihak yang bersangkutan dalam pengerjaan skripsi ini. Diharapkan melalui skripsi yang telah disusun dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang ingin menambah wawasan dalam belajar.



Surabaya, 03 November 2023

Peneliti

ABSTRAK

Penelitian ini dibentuk dengan tujuan sebagai bahan untuk meneliti pengaruh secara parsial dan simultan dari variabel *event sponsorship* (X1), *brand personality* (X2) dan *quality perceived* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS 25 dengan metode uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi. Selain itu juga uji secara simultan dan parsial untuk dapat mengetahui pengaruh pada penelitian ini. Populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang belum pernah maupun sudah pernah melakukan pembelian pada Platinum Music Studio. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian pada studio lain dan konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian pada Platinum Music Studio dengan jumlah yang masih belum dapat diketahui. Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan pembagian kuesioner. Teknik analisis data adalah dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F, dan uji t. Hasil dari pengolahan data pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (1) *event sponsorship* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya dengan meningkatkan *event sponsorship* pada perusahaan maka keputusan pembelian akan meningkat, (2) *brand personality* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena dengan kekuatan *brand personality* pada suatu perusahaan maka akan berpengaruh memberikan peningkatan terhadap keputusan pembelian, (3) *quality perceived* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan arti jika semakin baik penilaian dari konsumen mengenai sebuah perusahaan maka akan memberikan pengaruh peningkatan pada keputusan pembelian, (4) *event sponsorship*, *brand personality* dan *quality perceived* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Event sponsorship*, *brand personality*, *quality perceived*, dan keputusan pembelian



ABSTRACT

This research was formed with the aim of providing material to examine the partial and simultaneous influence of event sponsorship (X1), brand personality (X2) and perceived quality (X3) variables on purchasing decisions (Y). The data processing used in this research is using the SPSS 25 application with the validity test method, reliability test, classical assumption test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, Coefficient of determination test. Apart from that, simultaneous and partial tests were also carried out to determine the effect on this research. The population used all consumers who have never or have ever made a purchase at Platinum Music Studio. This research uses quantitative techniques. The sample used was 100 respondents. The population in this research is consumers who have made purchases at other studios and consumers who have made purchases at Platinum Music Studio in quantities that are still unknown. The sampling technique is by using a questionnaire. The data analysis technique is to use validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, F test, and t test. The results of data processing in this study show that partially (1) sponsorship events have a significant influence on purchasing decisions, meaning that by increasing sponsorship events in companies, purchasing decisions will increase, (2) brand personality has a significant influence on purchasing decisions because of the strength of the brand. personality in a company will have an increasing effect on purchasing decisions, (3) perceived quality has a significant influence on purchasing decisions, meaning that the better the consumer's assessment of a company, the greater the influence on purchasing decisions, (4) event sponsorship, Brand personality and quality perception simultaneously have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Event sponsorship, brand personality, quality perceived, and purchasing decisions*



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Event Sponsorship</i>	10
2.1.2 <i>Brand Personality</i>	13
2.1.3 <i>Quality Perceived</i>	18
2.1.4 Keputusan Pembelian	21
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2.1 Penelitian Terdahulu 1	28
2.2.2 Penelitian Terdahulu 2	30

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk penyalangan atau plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.





2.2.3	Penelitian Terdahulu 3	31
2.2.4	Penelitian Terdahulu 4	32
2.2.5	Penelitian Terdahulu 5	34
2.2.6	Penelitian Terdahulu 6	35
2.3	Rerangka Pemikiran	37
2.4	Kerangka Konseptual	38
2.5	Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1	Obyek Penelitian	39
3.2	Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	39
3.3	Variabel Penelitian	40
3.4	Variabel Bebas	40
3.5.1	Variabel Terikat	40
3.5	Definisi Operasional Variabel	41
3.5.1	Definisi Operasional Variabel Bebas	41
3.5.2	Definisi Operasional Variabel Dependen	42
3.6	Populasi dan Sampel	43
3.6.1	Populasi	43
3.6.2	Sampel	43
3.7	Metode dan Teknik Analisis Data	45
3.7.1	Metode Pengumpulan Data	45
3.7.2	Teknik Analisis Data	46
3.8	Uji Asumsi klasik	47
3.8.1	Uji Normalitas	48
3.8.2	Uji Multikolinearitas	48
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	49
3.8.4	Uji Regresi Linear Berganda	50

3.8.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	51
3.8.6	Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		55
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
4.1.1	Sejarah Singkat Platinum Music Studio Surabaya.....	55
4.1.2	Visi Misi Platinum Music Studio	56
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	59
4.2.1	Karakteristik Responden	60
4.3	Pembahasan dan Analisis Data	63
4.3.1	Uji Validitas	63
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	64
4.3.3	Uji Deskriptif.....	65
4.3.4	Uji Asumsi Klasik	70
4.3.5	Analisa Regresi Linear Berganda	75
4.3.6	Koefisien Determinasi (R^2)	77
4.3.7	Uji Hipotesis	79
BAB V PENUTUP.....		86
5.1	Kesimpulan.....	86
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		90



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Dari Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.2 Perbedaan Dari Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2.3 Perbedaan Dari Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2.4 Perbedaan Dari Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2.5 Perbedaan Dari Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Skala Likert	46
Tabel 3.2 Pedoman dalam korelasi koefisien.....	51
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	62
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Perencanaan Pembelian.....	62
Tabel 4.6 Uji Validitas	64
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.8 Skor Tanggapan Responden.....	66
Tabel 4.9 Analisis Pelanggan Terhadap Event Sponsorship.....	66
Tabel 4.10 Analisis Pelanggan Terhadap Brand Personality	67
Tabel 4.11 Analisis Pelanggan Terhadap Quality Perceived	68
Tabel 4.12 Analisis Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.13 Tabel Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.15 Analisa Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.16 Pedoman Dalam Korelasi Koefisien Korelasi	77
Tabel 4.17 Nilai Hasil dari Koefisien Determinasi.....	78
Tabel 4.18 Tabel Nilai Uji Simultan (Uji F).....	80
Tabel 4.19 Tabel Nilai Uji Parsial (Uji t).....	81

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan studi dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/pengalihan hak cipta akan dituntut secara hukum.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	37
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	38
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis	54
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Platinum Music Studio	57
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	72
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	74
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel Event Sponsorship	82
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel Brand Personality	83
Gambar 4.6 Kurva Uji t Variabel Quality Perceived	84

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pengalihan, penyalinan, atau pengutipan yang melanggar hak-hak cipta akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pengujian Validitas	97
Lampiran 2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	98
Lampiran 3 Hasil Pengujian Normalitas	98
Lampiran 4 Hasil Pengujian Multikolinearitas	99
Lampiran 5 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	99
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	100
Lampiran 7 Koefisien Determinasi (R^2)	100
Lampiran 8 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji f)	100
Lampiran 9 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	101
Lampiran 10 Lampiran Jumlah Jawaban Kuesioner Konsumen Pada Tiap Label.....	102
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi	103

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan
 untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk penganggapan/plagiasi akan
 dituntut sebagai undang-undang yang berlaku.

