

## ABSTRAK

### ANALISIS PENGARUH SPONSORSHIP DAN BRAND IMAGE TERHADAP VOLUME PENJUALAN

Studi Kasus pada Mailbox Distro Jl. Gejayan Paviliun 55 Yogyakarta

Yohanes Kristianto

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

2010

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1). Seberapa besar pengaruh Sponsorship dan Brand Image terhadap volume penjualan, 2). Variabel yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan.

Penelitian ini dilakukan dengan cara studi kasus pada Mailbox Distro, Jl. Gejayan Paviliun 55 Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Mailbox Distro yang melakukan kunjungan dan atau pembelian produk di Mailbox. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Uji validitas menggunakan Teknik *Korelasi Pearson's Product Moment* dan Uji Reliabilitas menggunakan teknik perhitungan *Kuder Richardson-20*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Q Cochran dan Uji t pada taraf signifikansi 5%.

Dari hasil analisis data, dapat diketahui bahwa : 1). *Brand Image* Mailbox berpengaruh lebih besar terhadap volume penjualan dibanding *Sponsorship* yang dilakukan Mailbox. 2). *Brand Image* Mailbox memiliki varian yang lebih heterogen dibanding *Sponsorship* yang memiliki varian yang homogen yang menuntut Mailbox harus mampu mempertahankan *Brand Image*-nya.

**Kata kunci:** *Sponsorship*, *Brand image* dan Volume penjualan.

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS ON THE INFLUENCE OF SPONSORSHIP AND BRAND IMAGE TOWARDS SALES VOLUME**

**Case Study in Mailbox Distro Gejayan Street Paviliun 55 Yogyakarta**

**Yohanes Kristianto**

**Study Program Management Faculty of Economy**

**Sanata Dharma University Yogyakarta**

**2010**

The purpose of this research was to find out: 1) how extent to the influence of sponsorship and brand image towards sales volume, 2) the most influencing variables towards sales volume.

The research was conducted by case study method in Mailbox Distro, Gejayan Street Paviliun 55 Yogyakarta. The technique of data collection was conducted by spreading questionnaire to the respondents. The population of the research was consumers of Mailbox Distro who conducted visit and/or product purchase in Mailbox. The samples studied were 100 respondents. The technique of sampling used was purposive sampling. Validity test used Pearson's Product Moment Correlation Technique and Reliability Test used Kuder Richardson-20 Calculation. The technique of analysis used in the research was Q Cochran Test and t Test in significance level of 5%.

From result of the research, it finds out that: 1) Brand image of Mailbox more influence towards sales volume than sponsorship conducted by Mailbox, 2) Brand image of Mailbox has more heterogeneous variation than those having homogenous variation which requires Mailbox to be able to maintain its brand image.

Keyword: sponsorship, brand image and sales volume.