

Pengaruh kesadaran dan citra sponsorship pada hubungan keterlibatan olahraga niat pembelian konsumen = Effect of Sponsorship Awareness and Image on the Sports Involvement-Consumer Purchase Intention relationship

Ju Yeon Lee, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20502560&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh kesadaran sponsor, gambar dan sikap terhadap Keterlibatan Olahraga dan Hubungan Niat Beli. Dengan menggunakan mediasi multiple, penelitian ini akan mengeksplorasi peran mediasi dari Kesadaran Sponsor dan Gambar dengan memoderasi peran Sikap. Penelitian ini akan mengukur nilai efeknya dengan menggunakan Perusahaan Sponsor pada 18th Jakarta-Palembang Asian Games. Studi ini akan memberikan wawasan untuk Sponsoring Companies dan manajer terkait Olahraga untuk memanfaatkan peluang Sponsorship secara efektif.

.....The purpose of this study is to understand the effect of sponsor awareness, image and the attitude towards the Sports Involvement and Purchase Intention Relationship. Using the multiple mediation, this research will explore the mediating roles of the Sponsor Awareness and Image with moderating role of the Attitude. This research will quantify the value of the effects by using the Sponsored Companies the the 18th Jakarta-Palembang Asian Games. This study will provide the insights for the Sponsoring Companies and Sports related managers to utilize the Sponsorship opportunities effectively.