



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Nama : Noory Rizkiyani

NIM : 44210110161

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Fans United Army Indonesia tentang Kegiatan Sponsorship Manchester United terhadap Pembentukan Citra PT Aon Indonesia

ABSTRAKSI

Latar belakang penelitian ini adalah dengan adanya peningkatan *awareness* khalayak terhadap PT Aon Indonesia, peneliti tertarik untuk mengetahui apakah peningkatan tersebut dipengaruhi oleh *sponsorship* yang diberikan Aon kepada klub sepak bola Manchester United.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari persepsi salah satu *fans club* Manchester United di Indonesia, yaitu United Army terhadap pembentukan citra PT Aon Indonesia dan jika ada seberapa besar pengaruh tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanasi dengan teknik analisis data uji regresi sederhana. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang disebarakan kepada anggota United Army sebanyak 107 responden. Jumlah tersebut diperoleh berdasarkan rumus Slovin.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh variabel persepsi United Army terhadap variabel pembentukan citra PT Aon Indonesia sebesar 29.6%, sedangkan persentase sebesar 70.1% disebabkan oleh faktor lain diluar persepsi. Melalui uji t parsial, hipotesis penelitian ini dinyatakan diterima.



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Name : Noory Rizkiyani
NIM : 44210110161
Thesis : Pengaruh Persepsi Fans United Army Indonesia tentang Kegiatan Sponsorship Manchester United terhadap Pembentukan Citra PT Aon Indonesia

ABSTRACT

The background of this research is to prove whether the increase of public awareness towards PT Aon Indonesia is correlated to the sponsorship Aon has provided to Manchester United, one of the biggest football clubs in the world.

The purpose of the research is to see if there is any influence between the perceptions of United Army, one of Manchester United's fans club in Indonesia, with the improvement of PT Aon Indonesia's image, and if such influence exists how much percentage does it contribute.

The methodology used in this research is quantitative explanatory method with regression analysis. The instrument used is questionnaire distributed to 107 members of the United Army, in which the amount was based on Slovin's formula.

The result of the research showed that 29.6% of Aon's image is influenced by the perception of United Army, while 70.4% is caused by other factors. Through the t partial test, the hypothesis is proven and accepted.