

**PENGARUH *SPONSOR-PROGRAM CONGRUENCE* DAN  
*PRODUCT PLACEMENT* TERHADAP *BRAND AWARENESS*  
DAN *PURCHASE INTENTION*: ANALISIS EMPIRIS DALAM  
KONTEKS *SPONSORSHIP* DRAMA KOREA**

**YOUANA AGUSTINA LOPIES  
1705617069**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2022**

***THE INFLUENCE OF SPONSOR-PROGRAM CONGRUENCE  
AND PRODUCT PLACEMENT ON BRAND AWARENESS AND  
PURCHASE INTENTION: AN EMPIRICAL ANALYSIS IN THE  
CONTEXT OF KOREAN DRAMA SPONSORSHIP***

**YOUANA AGUSTINA LOPIES  
1705617069**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is written as one of the requirements for getting Bachelor of  
Management Degree on Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta*

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2022***

## ABSTRAK

**Youana Agustina Lopies, 2021; Pengaruh *Sponsor-Program Congruence* dan *Product Placement* terhadap *Brand Awareness* dan *Purchase Intention*: Analisis Empiris dalam Konteks *Sponsorship* Drama Korea. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani, M.Si & Agung Kresnamurti Rivai P, S.T, M.M.**

*Sponsorship* dianggap sebagai salah satu strategi pemasaran antara perusahaan dengan entitas yang disponsori. Perusahaan yang berinvestasi dalam *sponsorship* tidak jarang mengalami perkembangan yang pesat. Selain itu, *product placement* juga turut serta dalam hubungan persponsoran, seperti *sponsorship* antara Samsung sebagai perusahaan pemberi sponsor dengan drama Korea sebagai entitas atau program yang disponsori. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *sponsor-program congruence* dan *product placement* terhadap *brand awareness* dan *purchase intention smartphone* Samsung di Indonesia dalam konteks *sponsorship* drama Korea. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara daring selama kurang lebih 30 hari. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden yang berdomisili di Indonesia dan berusia 17 tahun atau lebih yang pernah menonton drama Korea yang disponsori Samsung dan/atau terdapat penempatan *smartphone* Samsung. Data dianalisis dengan metode PLS-SEM dan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 5 dari 7 hipotesis yang didukung. Hipotesis tersebut adalah: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *sponsor-program congruence* dan *brand awareness*, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *product placement* dan *brand awareness*, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *brand awareness* dan *purchase intention*, (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *sponsor-program congruence* dan *purchase intention* yang dimediasi melalui *brand awareness*, dan (5) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *product placement* dan *purchase intention* yang dimediasi melalui *brand awareness*.

**Kata kunci:** *sponsor-program congruence*, *product placement*, *purchase intention*, *brand awareness*, konsumen drama Korea di Indonesia

## ABSTRACT

*Youana Agustina Lopies, 2021; The Influence of Sponsor-Program Congruence and Product Placement on Brand Awareness and Purchase Intention: An Empirical Analysis in The Context of Korean Drama Sponsorship. Thesis, Jakarta: Marketing Management Concentration, Bachelor Degree of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Advisory Team: Dra. Basrah Saidani, M.Si & Agung Kresnamurti Rivai P, S.T, M.M.*

Sponsorship is considered as one of marketing strategy between companies and sponsored entity. Companies investing in sponsorships often grow rapidly. In addition, product placement also participates in sponsorship, such as sponsorship between Samsung as a sponsoring company and Korean dramas as sponsored entities or programs. This study aims to determine the effect of sponsor-program congruence and product placement on brand awareness and purchase intention of Samsung smartphones in Indonesia in the context of Korean drama sponsorship. This type of research is explanatory research that explains the causal relationship between variables through hypothesis testing. The data collection method used a survey with an instrument in the form of a questionnaire distributed online for approximately 30 days. The sampling technique uses non-probability sampling with a sample size of 200 respondents domiciled in Indonesia and more or equal to 17 years old who have watched Korean dramas sponsored by Samsung and/or there is a Samsung smartphone placement. Data were analyzed using PLS-SEM and assisted by SmartPLS 3.2.9 software. Results showed that there are 5 out of 7 hypotheses were supported. Those hypotheses are: (1) the sponsor-program congruence variable has a positive and significant effect on brand awareness, (2) the product placement variable has a positive and significant effect on brand awareness, (3) brand awareness has a positive and significant effect on purchase intention, (4) the sponsor-program congruence variable has a positive and significant effect on purchase intention mediated by brand awareness, and (5) the product placement variable has a positive and significant effect on purchase intention mediated by brand awareness.

**Keywords:** *sponsor-program congruence, product placement, purchase intention, brand awareness, Korean drama consumers in Indonesia*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

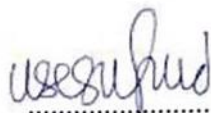
### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP. 197207152001121001



No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP. 197002122008121001 (Ketua Penguji)		<u>7 Desember 2021</u>
2	Rahmi, SE., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Penguji 1)		<u>8 Desember 2021</u>
3	Ika Febrilia, SE., MM. NIP. 198702092015042001 (Penguji 2)	 	<u>2 Desember 2021</u>
4	Dra. Basrah Saidani, M.Si. NIP. 196301191992032001 (Pembimbing 1)		<u>2 Desember 2021</u>
5	Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M. NIP. 197404162006041001 (Pembimbing 2)		<u>2 Desember 2021</u>

Nama : Youana Agustina Lopies  
No. Registrasi : 1705617069  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tanggal Lulus : 1 Desember 2021

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru



## LEMBAR ORISINALITAS

### LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Youana Agustina Lopies  
NIM/Nomor Registrasi : 1705617069  
Program Studi : S1 Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa **SKRIPSI** berjudul "**Pengaruh *Sponsor-Program Congruence* dan *Product Placement* terhadap *Brand Awareness* dan *Purchase Intention: Analisis Empiris dalam Konteks Sponsorship Drama Korea***" merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain, serta belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Desember 2021



Youana Agustina Lopies  
NIM. 1705617069

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Youana Agustina Lopies  
NIM : 1705617069  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen  
Alamat email : Youana99@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**PENGARUH SPONSOR-PROGRAM CONGRUENCE DAN PRODUCT PLACEMENT**

**TERHADAP BRAND AWARENESS DAN PURCHASE INTENTION:**

**ANALISIS EMPIRIS DALAM KONTEKS SPONSORSHIP DRAMA KOREA**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Desember 2021

(Youana Agustina Lopies)  
nama dan tanda tangan

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke-hadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Sponsor-Program Congruence* dan *Product Placement* terhadap *Brand Awareness* dan *Purchase Intention*: Analisis Empiris dalam Konteks *Sponsorship Drama Korea*”.**

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan segala ketulusan hati ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Suherman, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberi arahan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Sidang yang telah memberikan banyak arahan dan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini menjadi lebih baik.



6. Ibu Rahmi, SE., M.S.M. selaku Dosen Penguji Ahli yang juga telah memberikan banyak arahan dan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Mama yang selalu mendoakan, mengingatkan, dan memberikan dukungan terbaiknya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Alm. Bapak yang sudah tenang di surga, yang pastinya akan merasa bangga karena penulis telah melangkah sejauh ini dalam menempuh pendidikan.
9. Kakak yang selama ini menjadi perantara Allah SWT. dalam mewujudkan mimpi-mimpi penulis, yang telah memberikan segala bentuk dukungannya kepada penulis sehingga penulis bisa melangkah sampai sejauh ini dalam menempuh pendidikan.
10. Abang dan keponakan-keponakan tersayang, serta saudara-saudari satu atap yang selalu menghibur dan memberikan dukungan terbaiknya kepada penulis.
11. Teman-teman kelas S1 Manajemen C 2017 yang seringkali bertukar cerita, memberikan banyak sekali informasi, serta saling menghibur dan menyemangati satu sama lain selama 4 tahun masa perkuliahan ini.
12. Para sahabat, responden penelitian, serta semua pihak yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
13. Terakhir, terima kasih banyak kepada *22 years old* Youana Agustina Lopies yang telah menyelesaikan skripsi ini dengan sungguh-sungguh dan penuh semangat, walaupun terkadang merasa ragu dengan penelitiannya sendiri dan mengalami beberapa kesulitan selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna perbaikan dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan memberikan inspirasi bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 11 Oktober 2021

Youana Agustina Lopies

NIM. 1705617069

