ABSTRAK

Penelitian ini melakukan studi mengenai *sponsorship* Joma *sport* kepada klub sepakbola PERSIB. Dimana tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *sponsorship* tersebut terhadap keputusan pembelian produk Joma *Sport*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kuesioner kepada komsumen Joma *sport*. Untuk analisis data digunakan regresi inier sederhana sehingga dapat dilihat pengaruh *sponsorship* keputusan pembelian produk Joma *Sport*.

Secara umum hasil penelitian ini adalah, program *sponsorship* yang dilakukan Joma *Sport* kepada klub PERSIB Bandung belum cukup efektif, karena hasil dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa para responden merasa program *sponsorship* yang dilakukan oleh Joma *Sport* pada saat ini tidak dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci : *Sponsorship*, Keputusan Pembelian, PERSIB