

ABSTRAK

Pelaksanaan kegiatan pemasaran, berupa pengaruh *Event sponsorship* terhadap *brand image* yang ditujukan kepada perusahaan Radio Prambors Bandung 98,4 FM. Dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar *event sponsorship* mempengaruhi *brand image* perusahaan.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar *event sponsorship* mempengaruhi *brand image* radio Prambors FM Bandung. Dengan cara melihat respon masyarakat kota Bandung terhadap *image matchup, target audience fit, sponsor miss identification, clutter, complement other marcom elements, dan economic viability*s yang terkandung dalam *event sponsorship* dan *brand image* perusahaan Radio Prambors FM Bandung lalu menghubungkan untuk melihat seberapa besar pengaruh tersebut untuk di jadikan rekomendasi tentang kegiatan pemasaran di masa yang akan datang.

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif, dengan metode survey deskriptif, karena penelitian ini menggambarkan populasi yang sedang diteliti. Jenis penelitian survey ini memfokuskan pada pengungkapan hubungan kausal antar variabel X dan variabel Y dengan menggunakan program pengolahan data yaitu SPSS 17.0 dan Microsoft Excel 2007.

Penelitian menggunakan analisis jalur di dapat bahwa penelitian ini *event sponsorship* mempengaruhi *brand image* menunjukkan sebesar 96,2%.

Hasil analisis mendapatkan bahwa *event sponsorship* yang dilakukan oleh perusahaan mempengaruhi *brand image* Prambors FM Bandung.

Kata Kunci: Event Sponsorship, Brand Image, Prambors, Industri

Radio