

ABSTRAK

Dengan semakin pesatnya persaingan bisnis, setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran untuk mendapatkan keuntungan yang ingin di capainya. Saat ini, perusahaan semakin banyak memberikan sponsorship untuk kegiatan olahraga, salah satu kegiatan olahraga yang banyak disponsori adalah sepakbola, tidak hanya liga sepakbola yang diberikan sponsorship oleh perusahaan, tetapi juga tim sepakbola yang bertanding didalam liga tersebut.

Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk menggambarkan pengaruh *Sponsorship* terhadap Respon bobotoh, mengetahui gambaran mengenai kegiatan *sponsorship* Honda kepada Persib Bandung, gambaran tanggapan Bobotoh Persib Bandung serta seberapa besar pengaruh *Sponsorship* terhadap tanggapan Bobotoh Persib Bandung di kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode *Kausal* dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner. Data hasil kuesioner diolah menggunakan metode regresi, dengan bantuan software SPSS 17 for Windows.

Berdasar analisis yang telah dilakukan mengindikasikan bahwa *Sponsorship* yang dilakukan oleh Honda di mata responden sudah sangat baik dengan persentase rata-rata 83,11 % dan tanggapan konsumen mengenai Respon Bobotoh Persib Bandung tergolong baik dengan persentase rata-rata 66,375 %. Tetapi, Kontribusi kedua variabel hanya memiliki pengaruh sebesar 7,7 %.

Kata Kunci : *Sponsorship*, Respon Konsumen

