

ABSTRAK

Asian Games merupakan *sporting event* terbesar di benua Asia yang menjadi peristiwa penting bagi negara penyelenggara sebagai tuan rumah karena menghasilkan warisan dan dampak yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi di suatu negara. PDB memiliki pengaruh yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. ROI Marketing dalam Asian Games tentang mempromosikan citra negara penyelenggara, meningkatkan pariwisata, serta mendukung pembangunan ekonomi lokal. Namun, penting untuk memahami bahwa hubungan antara PDB dan ROI marketing tidak selalu linear dan sederhana. Ada berbagai faktor yang memengaruhi interaksi kompleks antara pertumbuhan ekonomi dan hasil investasi pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pertumbuhan ekonomi pada pengaruh PDB terhadap ROI Marketing sport event Asian Games. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis deskriptif pengambilan sampel purposive sampling yaitu pertumbuhan ekonomi, PDB dan ROI. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Statistik Deskriptif dan Conditional Process Analysis dari Hayes. Alat pengolahan data yang digunakan peneliti menggunakan aplikasi Microsoft Office Excel dan PROCESS dari Hayes dengan program SPSS 27,

Hasil penelitian ini adalah bahwa variabel W tidak memoderasi pengaruh X terhadap Y atau dengan kata lain pertumbuhan ekonomi tidak memoderasi atau tidak menguatkan pengaruh X (PDB) terhadap ROI dalam suatu Sport Event Asian Games.

Kata Kunci: Asian Games, *sport event*, PDB, pertumbuhan ekonomi, ROI Marketing