DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ……..... i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ……... ii

MOTTO ……..... iii

ABSTRACT ……..... iv

ABSTRAK ……. v

KATA PENGANTAR ……..... vi

DAFTAR ISI ……..... ix

DAFTAR GAMBAR ……...…….. xiv

DAFTAR TABEL ……...…...…... xv

BAB I PENDAHULUAN…… 1

1.1 Latar Belakang Penelitian …….. 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah …… 9

1.2.1 Identifikasi Masalah ……... 9

1.2.2 Rumusan Masalah …….. 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian …….. 11

1.3.1 Maksud Penelitian …… 11

1.3.2 Tujuan Penelitian ……... 11

1.4 Kegunaan Penelitian ……..... 12

1.4.1 Kegunaan Praktis ……... 12

1.4.2 Kegunaan Akademis ……..... 12

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian …… 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN …… 14

2.1 Kajian Pustaka……. 14
2.1.1 Event Marketing…….. 14
2.1.1.1 Definisi Event marketing……. 14
2.1.1.2 Peran dan Fungsi Event Marketing……. 15
2.1.1.3 Jenis- jenis Event Marketing……... 16
2.1.1.4 Faktor Penentu Keberhasilan Event Marketing……... 17
2.1.2 Promosi……..... 18
2.1.2.1 Pengertian Promosi…….. 18
2.1.2.2 Manfaat Promosi……. 21
2.1.2.3 Tujuan Promosi……..... 24
2.1.2.4 Keuntungan Promosi……... 25
2.1.3 Keputusan Pembelian…….. 25
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian…… 25
2.2 Kerangka Pemikiran…… 33
2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel…….. 33
2.2.1.1 Hubungan Event Marketing dan Promosi……... 33
2.2.1.2 Keterkaitan Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian…… 34
2.2.1.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian ……..... 36
2.3 Hipotesis…….. 39

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN ……... 41

3.1 Objek Penelitian……..... 41

3.2 Metode Penelitian…….... 42

3.2.1 Desain Penelitian…….. 43

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data……..... 50

3.2.3.1 Sumber Data……..... 50

3.2.4 Teknik Penentuan Data…… 50

3.2.4.1 Populasi……..... 50

3.2.4.2 Sampel…….. 51

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data…… 52

3.2.5.1 Uji Validitas……..... 54

3.2.5.2 Uji Reliabilitas…….. 57

3.2.5.3 Uji Msi…….. 58

3.2.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis…….. 60

3.2.6.1 Rancangan Analisis…….. 60

3.2.6.1 Uji Hipotesis……. 67

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan..... 72

4.1 Hasil Penelitian……..... 72

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan…….. 72

4.1.2 Sejarah Perusahaan…… 72

4.1.3 Visi Misi Perusahaan……..... 74

4.1.4 Struktur Organisasi……..... 74

4.2 Karakteristik Responden……... 76

4.2.1 Karakteristik Responden……... 76

4.2.1.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin……..... 76

4.2.1.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia……... 77

4.2.1.3 Distribusi Responden BerdasarkanPekerjaan……..... 78

	4.2.1.4	Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan……..	79
4.3		Analisis Deskriptif……	79
4.3.1		Analisis Deskriptif Tanggapan Responden……..	79
	4.3.1.1	Analisis Deskriptif Event Marketing…….....	80
	4.3.1.2	Analisis Deskriptif Promosi……..	84
	4.3.1.3	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian…….....	88
4.4		Analisis Verifikatif…….....	93
4.4.1		Analisis Korelasi……...	95
4.4.2		Pengujian Hipotesis……...	97
	4.4.2.1	Hubungan Antara Event Marketing dengan Promosi…….....	97
	4.4.2.2	Pengaruh Event Marketing terhadap Keputusan Pembelian……..	102
	4.4.2.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian……...	106

BAB VKesimpulan dan Saran ……. 112

5.1Kesimpulan …….. 112

5.2 Saran ……... 114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN