

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Efektifitas <i>Event Marketing</i> .....	2
Gambar 1.2 Alasan <i>Event Marketing</i> Dinilai Efektif.....	3
Gambar 1.3 Total Jumlah Pengunjung Garuda Indonesia Travel Fair 2009-2015.....	6
Gambar 1.4 Total Jumlah Penjualan Garuda Indonesia Travel Fair 2009-2015.....	6
Gambar 1.5 Tinjauan Penelitian .....	9
Gambar 2.1 Model IMC Dwi Sapta.....	24
Gambar 2.2 Model Bauran Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC) ....	28
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3.1 Poster Acara Garuda Indonesia Travel Fair 2015 Periode 2.....	40
Gambar 3.2 Macam-macam Teknik Pengumpulan Data.....	45
Gambar 3.3 Komponen Dalam Analisis Data ( <i>Interactive Model</i> ) .....	49
Gambar 4.1 Bapak Aji selaku Informan Kunci .....	54
Gambar 4.2 Bapak Sapto selaku Informan Kunci.....	55
Gambar 4.3 Peneliti dan Mba Ferli ketika Proses Wawancara.....	55
Gambar 4.4 Peneliti dan Mba Lucy ketika Proses Wawancara .....	56
Gambar 4.5 Peneliti dan Dandy ketika Proses Wawancara.....	57
Gambar 4.6 Replika Kursi Pesawat Garuda Indonesia 777.....	67
Gambar 4.7 Antrian Pengunjung di Pintu Masuk GATF 2015 .....	69
Gambar 4.8 Total Jumlah Penjualan Garuda Indonesia Travel Fair 2009-2015.....	70
Gambar 4.9 Total Jumlah Pengunjung Garuda Indonesia Travel Fair 2009-2015.....	70
Gambar 4.10 Replika Kursi Pesawat Garuda Indonesia 777 Kelas Ekonomi .....	73
Gambar 4.11 Replika Kursi Pesawat Garuda Indonesia 777 Kelas Bisnis .....	73

Gambar 4.12 Replika Kursi Pesawat Garuda Indonesia 777	
<i>First Class</i> .....	74
Gambar 4.13 Pengunjung yang Beruntung Memenangkan Tiket Hadiah di GATF 2015.....	75