

ABSTRAK

Pertumbuhan dunia bisnis dan industri di Indonesia terbukti dengan terus meningkatnya jumlah perusahaan dari berbagai sektor. Salah satunya yaitu industri rokok. Dari data yang diperoleh untuk perusahaan rokok di Indonesia pada tahun 2014 bulan Mei, PT Djarum menempati posisi ke 3 pangsa pasar rokok di Indonesia berdasarkan survei dari CNN Indonesia 2014, dengan produk unggulan yaitu rokok low tar nicotine. Untuk mencapai tujuan perusahaan, maka setiap perusahaan menggunakan strategi dalam berpromosi. Salah satu bentuk promosi yang digunakan adalah *event marketing*. *Event marketing* yang dilaksanakan perusahaan juga harus tepat pada sasaran agar mengangkat citra merek suatu perusahaan bagi konsumen. Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *event marketing* terhadap *brand image* rokok Djarum Super Mild (studi pada *event Stage Bus Jazz Tour 2015* di Trans Studio Mall Bandung). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis data deskriptif dan kausal, responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 pengunjung *event Stage Bus Jazz Tour 2015* dengan teknik *purposive sampling*. Data yang terkumpul dari 22 pertanyaan kuesioner ini kemudian diolah menggunakan IBM SPSS 20 dengan teknik analisis data regresi linear berganda.

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *event marketing* berpengaruh signifikan terhadap *brand image* rokok Djarum Super Mild. Sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa variabel *event marketing* dengan dimensi *involvement* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, *interaction* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand image* dengan, *intensity* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, *individuality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, *innovation* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, *integrity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand image*.

Kata Kunci : Event Marketing, Brand Image, Rokok