

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi Misi Perusahaan dan Nilai-nilai inti perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Tahapan Penelitian	10
1.7 Waktu Penelitian	11
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Rangkuman Teori	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	16
2.1.3 Bauran Promosi.....	18
2.1.4 Event Marketing	20
2.1.5 Event – Based Marketing.....	22
2.1.6 Jenis – Jenis Event marketing.....	22
2.1.7 Tujuan Event marketing.....	22
2.1.8 KarakteristikEvent	23
2.1.9 Pemasaran Event – based Marketing.....	24

2.1.10	Brand	27
2.1.11	Brand Awareness	29
2.1.12	Indikator Brand Awareness.....	31
2.1.13	Hubungan antara Event Marketing dengan Brand Awareness	31
2.2	Penelitian Terdahulu.....	32
2.3	Kerangka Pemikiran	42
2.4	Hipotesis	42
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	42
BAB III.....		44
METODOLOGI PENELITIAN.....		44
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Operasional Variabel	44
3.2.1	Variabel Penelitian.....	44
3.3	Skala Operasional.....	48
3.4	Populasi dan Sampel.....	49
3.4.1	Populasi.....	49
3.4.2	Sampel	49
3.4.3	Teknik Sampling.....	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1	Sumber Data	51
3.5.2	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.6	Alat Ukur Penelitian.....	52
3.6.1	Uji Validitas.....	52
3.6.2	Uji Reliabilitas	55
3.7	Teknis Analisis Data.....	56
3.7.1	Analisis Deskriptif	56
3.7.2	Method of Successive Interval (MSI)	58
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	58
3.7.4	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	59
3.7.5	Analisis Korelasi.....	60
3.7.6	Uji Koefisien Determinasi	60
3.7.7	Uji Hipotesis	61
BAB IV		62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Pengumpulan Data.....	62
4.2	Karakteristik Responden	62
4.2.1	Karakteristik Responden BerdasarkanUsia	62

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan JenisKelamin	63
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	64
4.3	Hasil Penelitian.....	65
4.3.1	Analisis Deskriptif	65
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.3	Analisis Regresi Sederhana	73
4.3.4	Uji Korelasi.....	75
4.3.5	Uji Koefisien Determinasi	76
4.3.6	Uji Hipotesis	77
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
4.4.1	Pembahasan Tanggapan Responden Mengenai Event Marketing Menurut Presepsi Konsumen.....	78
4.4.2	Pembahasan Tanggapan Responden Mengenai Brand Awareness Menurut Presepsi Konsumen.....	80
4.4.3	Pembahasan Tanggapan Responden Mengenai Event marketing terhadap Brand Awareness Menurut Presepsi Konsumen.....	80
BAB 5.....		82
KESIMPULAN DAN SARAN		82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran	83
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	83
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		84