

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	2
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.1.3 Logo Perusahaan	3
1.1.4 Struktur Organisasi	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Batasan Penelitian	13
1.6 Kegunaan Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.1.3 Pengertian Event Marketing	16
2.1.4 Minat Beli	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Jenis Peneitian.....	25
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	26
3.2.1 Variabel Operasional	26
3.2.2 Skala Pengukuran	30
3.3 Tahapan Penelitian.....	31
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.4.1 Populasi	33
3.4.2 Sampel	33
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.5 Pengumpulan Data	35
3.5.1 Sumber Data	35
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	35
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Realibilitas	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	41
3.7.2 Uji Normalitas	43
3.7.3 Uji t.....	44
3.7.4 Uji koefisien Determinasi.....	44
3.7.5 Uji Regresi Linier Sederhana	45
3.8 Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Karakteristik Responden	47
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.1.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan	49
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Validitas.....	49
4.2.2 Reliabilitas	51

4.2.3 Analisis DeskriptifI	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59
5.2.1 Bagi Perusahaan	59
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	60
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	