

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran PT. DealPro Indonesia.....	1
1.1.1 Sejarah PT. DealPro Indonesia.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Informasi Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Masalah	2
1.3 Perumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Batasan Penelitian.....	5
1.6 Kegunaan Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Marketing	7
2.1.2 Event Marketing.....	8
2.1.3 Event Involvement	8
2.1.4 Brand Involvement.....	9
2.1.5 Brand Awareness	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Pemikiran.....	15

2.4 Hipotesis Penelitian	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian.....	16
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	16
3.2.1 Skala Operasional.....	19
3.3 Tahapan Penelitian.....	20
3.4 Populasi dan Sampel.....	22
3.4.1 Populasi Penelitian	22
3.4.2 Sampel Penelitian.....	22
3.5 Teknik Sampling.....	22
3.6 Pengumpulan Data	23
3.6.1 Sumber Data.....	24
3.6.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas	26
3.7.1 Uji Validitas	26
3.7.2 Uji Reliabilitas	27
3.8 Teknik Analisis Data.....	28
3.8.1 Analisis Deskriptif	28
3.8.2 Regresi Linier Berganda	30
3.8.3 Uji Asumssi Klasik	31
3.8.4 Uji Heteroskedasitas	31
3.8.5 Uji Normalitas.....	31
3.8.6 Uji Multikolineritas.....	32
3.9 Objek Penelitian.....	32
3.10 Instrumen Penelitian	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	33
4.1.1 Jenis Kelamin.....	33
4.1.2 Usia	34
4.1.3 Pendidikan Terakhir.....	34
4.1.4 Pekerjaan.....	35

4.1.5 Pendapatan Bulanan.....	36
4.1.6 Frekuensi Kunjungan.....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	37
4.2.1 Analisis Validitasi.....	37
4.3 Analisis Reliabilitas.....	41
4.4 Analisis Deskriptif.....	43
4.4.1 Analisis Deskriptif Brand Involvement.....	43
4.4.2 Analisis Deskriptif Event Involvement.....	48
4.4.3 Analisis Deskriptif Brand Awareness.....	50
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5.1 Uji Normalitas.....	52
4.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	54
4.5.3 Uji Multikolinearitas.....	56
4.5.4 Uji AutoKolerasi.....	57
4.6 Regresi Linier Berganda.....	58
4.6.1 Hasil Uji t.....	59
4.6.2 Hasil Uji F.....	60
4.7 Koefisien Determinasi.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	64
5.2.2 Saran Bagi Penulis Selanjutnya.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	67