

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
ABSTRAK.....	IV
<i>ABSTRACT</i>	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Profil Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.4 Logo dan Makna Logo Perusahaan	3
1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Batasan Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2. 1 Rangkuman Teori	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Manajemen pemasaran	14
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa	15
2.1.4 <i>Event</i>	18
2.1.5 <i>Event Marketing</i>	18
2.1.6 Dimensi <i>Event Marketing</i>	19
2.1.7 Loyalitas Konsumen.....	20
2.1.8 Dimensi Loyalitas.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23

2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesisi Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Variabel Operasional & Skal Pengukuran.....	29
3.2.1 Variabel Operasional.....	29
3.2.2 Skala Pengukuran	35
3.3 Tahapan Penelitian	35
3.4 Populasi & Sampel	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Teknik Sampling	37
3.6 Pengumpulan Data	38
3.6.1 Sumber Data	38
3.6.2 Metode Pengumpulan Data	39
3.7. Teknik Pengolahan Data.....	40
3.7.1 Uji Validitas	40
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.8 Teknik Analisis Data	41
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	41
3.8.2 Regresi Linier Sederhana	43
3.8.3 Uji Normalitas	43
3.8.4 Uji Hipotesis.....	44
3.8.5 Teori Uji t (parsial).....	44
3.8.6 Koefisien Determinasi.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	46
4.1.1 Jenis Kelamin	46
4.1.2 Usia.....	47
4.1.3 Pekerjaan	47
4.1.4 Penghasilan.....	48
4.2 Pengujian Data	Error! Bookmark not defined.

4.2.1 Uji Validitas	48
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.3 Teknik Analisis Deskriptif	50
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Event Marketing</i>	50
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	50
4.4 Hasil Uji Normalitas.....	59
4.5 Regresi Linier Sederhana	61
4.6 Hasil Uji t(Parsial).....	62
4.7 Uji Determinasi.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	65
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	68