

ABSTRAK

Persaingan ketat di dunia bisnis merupakan fenomena global yang melanda hampir seluruh negara-negara maju dan berkembang. Berbagai perusahaan berskala regional, nasional dan internasional bermunculan mewarnai dinamika perekonomian suatu Negara. Dalam konteks persaingan bisnis tersebut, masing-masing perusahaan berupaya maksimal mengimplementasikan strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan produk serta mempertahankan *brand image* dan pangsa pasarnya. Kegiatan pemasaran melalui *event marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran yang dianggap dapat berkompetitif guna menghadapi persaingan. *Event marketing* pun semakin marak dikalangan pelaku bisnis yang dapat mempertahankan maupun meningkatkan *brand image* dari perusahaan itu sendiri agar mendapat citra yang baik dari pelanggan perusahaan tersebut..

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peranan perusahaan jasa event organizer dalam melakukan kegiatan promosi melalui *event marketing* terhadap *brand image* perusahaan Summarecon Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dengan cara non probability sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100. pengumpulan data melalui kuesioner sebanyak 100 responden. Uji data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, analisis menggunakan regresi linier sederhana dan uji t.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai variabel *event marketing* diperoleh persentase sebesar 83,95% angka tersebut berada pada kategori sangat baik, sedangkan mengenai variabel brand image diperoleh persentase sebesar 85,77% angka tersebut berada pada kategori sangat baik. Berdasarkan hasil regresi linier sederhana diperoleh hasil $Y = 6.439 + 0,728 X$. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa variabel *Event Marketing* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap *brand image* (Y) pada Summarecon Bandung.

Kata Kunci :Event Marketing , Brand Image