

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin pesat saat ini memberikan dampak yang besar pada perusahaan yang sedang mengembangkan bisnisnya melalui promosi. Salah satu jenis promosi yang dapat digunakan perusahaan yaitu dengan strategi event marketing. Event marketing digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat atau konsumen. Menurut marketer sendiri, strategi promosi melalui event lebih menguntungkan ketimbang *content marketing*, *digital advertising* dan *email marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi efektifitas event marketing dalam promosi perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif, teknik sampling yang digunakan yaitu non-probability sampling dengan jenis sampel jenuh (*sensus*). Teknik pengumpulan data yang menyebarkan kuesioner kepada 38 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis. Berdasarkan hasil analisis diungkapkan perolehan nilai persentase event marketing sebesar 80% dan dapat dikatakan masuk dalam kategori baik.

Kata kunci: *Event Marketing, Promosi*