

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi melalui *event* terhadap niat beli konsumen pada produk Moozee Bag.

Secara umum definisi promosi melalui *event* adalah promosi merek dengan cara memberikan bantuan keuangan atau yang bersifat mendukung dari sebuah organisasi, perorangan, atau kegiatan yang menghubungkan suatu merek dengan kegiatan olahraga, hiburan, budaya, sosial (*public activity*) yang menimbulkan ketertarikan yang tinggi, dengan memberikan timbal balik untuk mengiklankan perusahaan. Melalui penciptaan promosi melalui *event* yang baik maka diharapkan akan memberikan pengaruh yang positif terhadap niat beli konsumen Moozee Bag.

Metode penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 200 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan secara aksidental sampling, dimana sample yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah konsumen Moozee Bag yang ditemui secara kebetulan pada saat penelitian ini berlangsung. Untuk mengukur dan menganalisa kedua variable diatas metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan juga dilakukan uji validitas dan reliabilitas, koefisien korelasi rank spearman, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Kata kunci: promosi melalui *event*, niat beli konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the influence of promotion through the event to consumers on product purchase intentions Moozee Bag.

Generally, the definition of promotion through the event is the promotion of the brand by providing financial assistance or supportive of an organization , individual , or activities that link a brand with sports activities , entertainment , cultural, social (public activity) that raises the interest is high, with provide feedback to advertise the company . Through the promotion through the creation of a good event it is hoped will provide a positive influence on consumer purchase intentions Moozee Bag .

This research using a method with 200 respondents. The sampling method conducted accidental sampling, where samples were being a respondent in this research are Moozee Bag's consumer that met by chance at the time of this study. The method that used to measure and analyze the correlation between the two variables over in this research is descriptive and also validity and reliability test, spearman rank correlation coefficient, coefficient of determination, and hypothesis testing.

Keyword: promotion through event, consumer purchase intentions.