

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Metode Penelitian	9
1.5.1 Teknik Pengumpulan Data	9
1.6 Lokasi Penelitian	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Definisi Pemasaran	12
2.1.2 Bauran Pemasaran	14
2.2 Promosi	17
2.2.1 Pengertian Promosi	17
2.2.2 Tujuan Promosi	19
2.2.3 Unsur-unsur Bauran Pemasaran	20
2.3 Event <i>Marketing</i>	21

2.3.1 Manfaat dan Alasan-alasan Penggunaan <i>Event Marketing</i>	21
2.3.2 Tujuan <i>Event Marketing</i>	22
2.3.3 Jenis-jenis <i>Event Marketing</i>	24
2.4 Pengertian Niat Beli	26
2.5 Hubungan Bauran Promosi Terhadap Niat Beli.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	30
3.1.1 Sejarah Perusahaan	30
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	31
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	31
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	37
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	38
3.4 Metode Penelitian	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Operasional Variabel	40
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	42
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas	44
3.9 Analisis Regresi sederhana	45
3.10 Koefisien Determinasi	47
3.11 Pengujian Hipotesis	47

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil penelitian	50
4.1.1 Analisis Deskriptif Data Responden	50
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	53
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.2 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	55
4.2.1 Uji Validitas	55
4.2.2 Uji Reliabilitas	56
4.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian	56
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi Melalui <i>Event</i> (x)	57
4.3.1.1 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Promosi Melalui <i>Event</i> (x)	60
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Niat Beli	61
4.3.2.1 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Niat Beli (y)	64
4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	65
4.5 Pengujian Hipotesisi	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

