

ABSTRAK

NELVA SIMBOLON. *Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada Event Streetwear Fest*. Dibimbing oleh Aji Prasetya Hadi S.Par., MM.Par dan Juni Anggraini S.S.T,M.Si.

Streetwear fest merupakan sebuah *event festival sneakers* pertama dikota medan yang memperkenalkan dan mempromosikan berbagai produk lokal hingga produk bermerek. Kegiatan pemasaran melalui *event marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran yang 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. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *event marketing* terhadap *brand image* pada *event streetwear fest*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dengan cara probability sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100. Pengumpulan data melalui kuesioner sebanyak 100 responden. Uji data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik yaitu normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas, persamaan regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R_2).

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 8,107 + 0,834 X_1 + 1,866X_2 + 0,740X_3$. Selanjutnya variabel *entertainment* (x_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* pada *event streetwear fest* dengan nilai koefisien sebesar 0,834 dan nilai signifikan 0,021, karena nilai koefisien beta positif dan nilai sig < 0,05. Selanjutnya variabel *excitement* (x_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* pada *event streetwear fest* dengan nilai koefisien beta 1,866 dan nilai signifikan 0,000, karena nilai koefisien beta positif dan nilai sig < 0,05. Selanjutnya variabel *enterprise* (x_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* pada *event streetwear fest* dengan nilai koefisien beta sebesar 0,740 dan nilai signifikan 0,029, karena nilai koefisien beta positif dan nilai sig < 0,05. Selanjutnya nilai F_{hitung} sebesar 110.722 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan. *entertainment*, *excitement* dan *enterprise* merupakan variabel yang mendorong terciptanya peningkatan *brand image* pada *event streetwear fest*.

Kata kunci: *event marketing*, *Brand Image*, *Event Streetwear Fest*.

ABSTRACT

NELVA SIMBOLON. *The influence of event marketing on brand image at the streetwear fest event.* Supervised by Aji Prasetya Hadi S.Par., MM.Par and Juni Anggraini S.ST.M.Si

Streetwear fest is the first sneakers festival event in the city of medan which introduces and promotes various local product to branded products. Marketing activities through event marketing is a marketing strategy that can be competitive in order to face competition. Event marketing is also increasingly widespread among business people who can maintain or improve the brand image of the company itself in order to get a good image. This study aims to determine how much influence event marketing has on brand image at streetwear fest events. This research uses quantitative methods and descriptive research types. Sampling by means of probability sampling, with a total of 100 respondents. Data collection through a questionnaire of 100 respondents. Test the data using validity test, reliability test. The data analysis techhique uses the classic assumption test, namely normality, multicollinearity and heteroscedasticity, multiple linear regression equations, t test, F test and the coefficient of determination (R_2).

Based on the research result obtained multiple linear regression equation $Y = 8,107 + 0.834 X1 + 1.866 X2 + 0.740 X3$. Furthermore, the entertainment variable ($x1$) has a positive and insignificant effect on brand image at the streetwear fest event with a coefficient value of 0,834 and significant value of 0,021, because the beta coefficient is positive and sig <0,05. Furthermore, the excitement variable ($x2$) has a positive and significant effect on brand image at the streetwear fest event with a beta coefficient value of 1,866 and a significant value of 0.000, because the beta coefficient value is positive and the sig value <0,05 furthermore, the enterprise variable ($x3$) has a positive and significant effect on brand image at the streetwear fest event with a beta coefficient of 0,740and a significant value of 0,029, because the beta coefficient is positive and the sig value <0.05 furthermore, the Fcount value is 110.722 and a significant value is 0.000 <0.05 so it can be concluded that the three variables this has a positive and significant effect. Entertainment, excitement and enterprise are variables that encourage the creation of an increased brand image at streetwear fest events.

Keywords: Event Marketing, Brand Image, Event Streetwear Fest.