

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan TA .....	3
1.4 Kontribusi/ Manfaat TA.....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>4</b>
2.1 Event Marketing .....	4
2.1.1 Peran dan Fungsi <i>Event Marketing</i> .....	4
2.1.2 Jenis-Jenis <i>Event Marketing</i> .....	5
2.1.3 Indikator <i>Event Marketing</i> .....	5
2.2 Pengertian Pemasaran .....	6
2.2.1 Bauran pemasaran ( <i>marketing mix</i> ) .....	6
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	7
2.3 Brand .....	8
2.4 Brand Awareness.....	8
2.4.1 Peran <i>Brand Awareness</i> .....	10
2.4.2 Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	11
2.5 Hubungan Event Marketing Dengan Brand Awareness.....	11
2.6 Penelitian Terdahulu .....	12
2.7 Kerangka Berpikir .....	13
2.8 Hipotesis Penelitian .....	14
<b>BAB III METODOLOGI</b> .....	<b>15</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	15
3.2 Jenis Penelitian .....	15
3.2.1 Populasi dan Sampel.....	16
3.3 Tahapan Penelitian .....	16

3.4 Jenis Data, Alat/Bahan.....	17
3.5 Pengumpulan Data .....	17
3.6 Instrumen Penelitian .....	18
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	20
3.7 Metode Analisis.....	22
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	22
3.7.2 Persamaan Linier Berganda.....	23
3.7.3 Uji Hipotesis .....	23
3.8 Pengambilan Kesimpulan .....	25
<b>BAB IV DESAIN DAN SISTEM.....</b>	<b>26</b>
4.1 Keadaan Umum Obyek Penelitian .....	26
4.1.1 Visi dan Misi Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia .....	26
4.2 Keadaan Awal Sistem Atau Produk .....	27
<b>BAB V PENGUJIAN DAN ANALISA.....</b>	<b>29</b>
5.1 Prosedur Pengujian (Pengumpulan Data Analisa).....	29
5.2 Hasil Pengujian (Hasil Analisis) .....	29
5.3 Pembahasan.....	44
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>46</b>
6.1 Kesimpulan .....	46
6.2 Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Event</i> Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia .....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3. 1 Pemberian skor menurut Sugiyono (2019:147) .....	18
Tabel 3. 2 Operasional Variabel X ( <i>Event Marketing</i> ).....	18
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Y ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	19
Tabel 5. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
Tabel 5. 2 Berdasarkan Jenis umur .....	30
Tabel 5. 3 Berdasarkan Jenis kelas.....	31
Tabel 5. 4 Hasil Uji Validitas Untuk 30 Responden .....	33
Tabel 5. 5 Hasil Uji Validitas 140 Responden.....	34
Tabel 5. 6 Hasil Uji Reliabilitas Pada 30 Responden.....	34
Tabel 5. 7 Hasil Uji Reliabilitas Pada 140 Responden.....	35
Tabel 5. 8 Hasil Uji Normalitas Pada 140 Responden .....	36
Tabel 5. 9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	38
Tabel 5. 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	39
Tabel 5. 11 Hasil Uji F .....	42
Tabel 5. 12 Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	9
Gambar 2. 2 Nilai-nilai <i>Brand Awareness</i> .....	10
Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	13
Gambar 5. 1 Hasil Uji Heteroskedisitas .....	37

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	50
Lampiran 2 Uji Validitas .....	54
Lampiran 3 Uji Reliabilitas .....	57
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik .....	59
Lampiran 5 Analisis Regresi Berganda .....	59
Lampiran 6 Uji Hipotesis.....	60
Lampiran 7 Tabel r Hitung .....	61
Lampiran 8 Titik Presentase Ditribusi t .....	62
Lampiran 9 Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05 .....	66
Lampiran 10 Rekapitulasi Data Kuesioner .....	69