

LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi







Lampiran 1 Dokumentasi

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72

176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

LAMPIRAN 8, T Tabel Untuk Alpha α 5% t

df	0,05	0,025
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064
25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.014
47	1.678	2.013
48	1.677	2.012
49	1.677	2.011
50	1.676	2.010
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007

df	0,05	0,025
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984
101	1.660	1.984
102	1.660	1.983
103	1.660	1.983
104	1.660	1.983

df	0,05	0,025
105	1.659	1.983
106	1.659	1.983
107	1.659	1.982
108	1.659	1.982
109	1.659	1.982
110	1.659	1.982
111	1.659	1.982
112	1.659	1.981
113	1.658	1.981
114	1.658	1.981
115	1.658	1.981
116	1.658	1.981
117	1.658	1.980
118	1.658	1.980
119	1.658	1.980
120	1.658	1.980
121	1.658	1.980
122	1.657	1.980
123	1.657	1.979
124	1.657	1.979
125	1.657	1.979
126	1.657	1.979
127	1.657	1.979
128	1.657	1.979
129	1.657	1.979
130	1.657	1.978
131	1.657	1.978
132	1.656	1.978
133	1.656	1.978
134	1.656	1.978
135	1.656	1.978
136	1.656	1.978
137	1.656	1.977
138	1.656	1.977
139	1.656	1.977
140	1.656	1.977
141	1.656	1.977
142	1.656	1.977
143	1.656	1.977
144	1.656	1.977
145	1.655	1.976
146	1.655	1.976
147	1.655	1.976
148	1.655	1.976
149	1.655	1.976
150	1.655	1.976
151	1.655	1.976
152	1.655	1.976
153	1.655	1.976
154	1.655	1.975
155	1.655	1.975
156	1.655	1.975

df	0,05	0,025
157	1.655	1.975
158	1.655	1.975
159	1.654	1.975
160	1.654	1.975
161	1.654	1.975
162	1.654	1.975
163	1.654	1.975
164	1.654	1.975
165	1.654	1.974
166	1.654	1.974
167	1.654	1.974
168	1.654	1.974
169	1.654	1.974
170	1.654	1.974
171	1.654	1.974
172	1.654	1.974
173	1.654	1.974
174	1.654	1.974
175	1.654	1.974
176	1.654	1.974
177	1.654	1.973
178	1.653	1.973
179	1.653	1.973
180	1.653	1.973
181	1.653	1.973
182	1.653	1.973
183	1.654	1.973
184	1.653	1.973
185	1.653	1.973
186	1.653	1.973
187	1.653	1.973
188	1.653	1.973
189	1.654	1.973
190	1.653	1.973
191	1.653	1.972
192	1.653	1.972
193	1.653	1.972
194	1.653	1.972
195	1.654	1.972
196	1.653	1.972
197	1.653	1.972
198	1.653	1.972
199	1.653	1.972
200	1.653	1.972

Hasil Uji Validitas
Event Marketing (X)
 1. *Involvement*

		Correlations				
		INVOL1	INVOL2	INVOL3	INVOL4	TOTALINVOL
INVOL1	Pearson Correlation	1	.215**	.277**	.208**	.679**
	Sig. (2-tailed)		0,005	0,000	0,007	0,000
	N	170	170	170	170	170
INVOL2	Pearson Correlation	.215**	1	0,105	.356**	.626**
	Sig. (2-tailed)	0,005		0,172	0,000	0,000
	N	170	170	170	170	170
INVOL3	Pearson Correlation	.277**	0,105	1	.182*	.610**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,172		0,017	0,000
	N	170	170	170	170	170
INVOL4	Pearson Correlation	.208**	.356**	.182*	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	0,007	0,000	0,017		0,000
	N	170	170	170	170	170
TOTALINVOL	Pearson Correlation	.679**	.626**	.610**	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	170	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

R tabel = df = n-2

170-2 = 168 = r tabel = 0,126

2. Interaction

Correlations

		Interec1	Interec2	Interec3	TotalInterec
Interec1	Pearson Correlation	1	.392**	.371**	.789**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	170	170	170	170
Interec2	Pearson Correlation	.392**	1	.289**	.718**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000
	N	170	170	170	170
Interec3	Pearson Correlation	.371**	.289**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000
	N	170	170	170	170
TotalInterec	Pearson Correlation	.789**	.718**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1. Immersion

Correlations

		immersion1	immersion2	immersion3	totalimmer
immersion1	Pearson Correlation	1	.380**	.273**	.758**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	170	170	170	170

immersion2	Pearson Correlation	.380**	1	.270**	.765**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000
	N	170	170	170	170
immersion3	Pearson Correlation	.273**	.270**	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000
	N	170	170	170	170
totalimmer	Pearson Correlation	.758**	.765**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Intensity

Correlations

		intensity1	intensity2	totalintensity
intensity1	Pearson Correlation	1	.163*	.731**
	Sig. (2-tailed)		0,034	0,000
	N	170	170	170
intensity2	Pearson Correlation	.163*	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	0,034		0,000
	N	170	170	170
totalintensity	Pearson Correlation	.731**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	170	170	170

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Individuality

Correlations

		uniq1	uniq2	totaluniq
uniq1	Pearson Correlation	1	.269**	.818**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000
	N	170	170	170
uniq2	Pearson Correlation	.269**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000
	N	170	170	170
totaluniq	Pearson Correlation	.818**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Innovation

Correlations

		x61	x62	x63	x64	totalx6
x61	Pearson Correlation	1	.299**	.258**	.315**	.684**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,001	0,000	0,000
	N	170	170	170	170	170
x62	Pearson Correlation	.299**	1	.441**	.250**	.714**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,001	0,000
	N	170	170	170	170	170
x63	Pearson Correlation	.258**	.441**	1	.265**	.700**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000		0,000	0,000
	N	170	170	170	170	170

x64	Pearson Correlation	.315**	.250**	.265**	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000		0,000
	N	170	170	170	170	170
totalx6	Pearson Correlation	.684**	.714**	.700**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	170	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5. Integrity

Correlations

		x7.1	x7.2	x7.3	totalx7
x7.1	Pearson Correlation	1	.283**	.303**	.748**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	170	170	170	170
x7.2	Pearson Correlation	.283**	1	.229**	.704**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,003	0,000
	N	170	170	170	170
x7.3	Pearson Correlation	.303**	.229**	1	.700**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,003		0,000
	N	170	170	170	170
totalx7	Pearson Correlation	.748**	.704**	.700**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Brand Awareness (Y)

1.Recall

Correlations

		Y1.1	y1.2	y1.3	totaly
Y1.1	Pearson Correlation	1	.329**	.309**	.714**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	170	170	170	170
y1.2	Pearson Correlation	.329**	1	.401**	.763**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000
	N	170	170	170	170
y1.3	Pearson Correlation	.309**	.401**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000
	N	170	170	170	170
totaly	Pearson Correlation	.714**	.763**	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2.Recognition

Correlations

		y2.1	y2.2	y2.3	totaly
y2.1	Pearson Correlation	1	.406**	.277**	.770**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	170	170	170	170
y2.2	Pearson Correlation	.406**	1	.211**	.756**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,006	0,000
	N	170	170	170	170
y2.3	Pearson Correlation	.277**	.211**	1	.661**

totaly	Sig. (2-tailed)	0,000	0,006		0,000
	N	170	170	170	170
	Pearson Correlation	.770**	.756**	.661**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Purchase

Correlations

		y3.1	y3.2	y3.3	totaly3
y3.1	Pearson Correlation	1	.363**	.370**	.767**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	170	170	170	170
y3.2	Pearson Correlation	.363**	1	.341**	.737**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000
	N	170	170	170	170
y3.3	Pearson Correlation	.370**	.341**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000
	N	170	170	170	170
totaly3	Pearson Correlation	.767**	.737**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Consumption

Correlations

		y4.1	y4.2	totaly4
y4.1	Pearson Correlation	1	.326**	.790**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000
	N	170	170	170
y4.2	Pearson Correlation	.326**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000
	N	170	170	170
totaly4	Pearson Correlation	.790**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reabilitas *Event Marketing*

Involvement (keterlibatan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,735	0,736	4

Interaction (interaksi)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,617	0,618	3

Immersion (penyerapan/pemberian pesan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,673	0,672	3

Intensity

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,678	0,680	2

Individuality

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,723	0,724	2

Innovation

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,635	0,637	4

Integrity

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,628	0,628	3

Brand Awareness

Recall

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,654	0,654	3

Recognition

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,662	0,660	3

Purchase

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,695	0,696	3

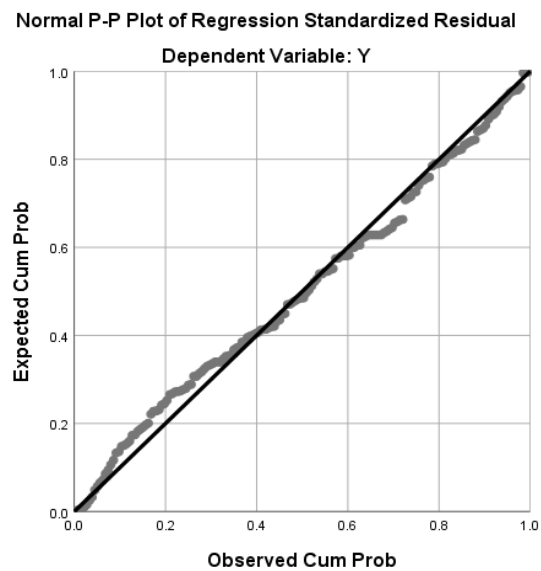
Consumption

Reliability Statistics

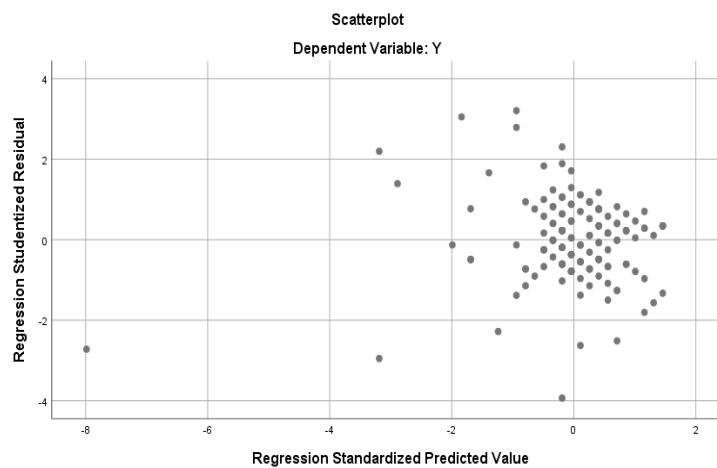
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,689	0,692	2

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas Grafik Plot



b. Hasil Uji Heterokedastisitas



Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,964	2,692		2,958	0,004		
	INVOLVEMENT	0,574	0,168	0,220	3,410	0,001	0,564	1,771
	INTERACTION	0,421	0,185	0,154	2,272	0,024	0,511	1,957
	IMMERSION	0,106	0,177	0,037	0,595	0,552	0,604	1,655
	INTENSITY	0,143	0,293	0,035	0,487	0,627	0,454	2,203
	INDIVIDUALITY	0,099	0,267	0,025	0,371	0,711	0,508	1,967
	INNOVATION	0,642	0,163	0,267	3,942	0,000	0,513	1,951
	INTEGRITY	0,775	0,203	0,253	3,812	0,000	0,535	1,870

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,964	2,692		2,958	0,004		
	INVOLVEMENT	0,574	0,168	0,220	3,410	0,001	0,564	1,771
	INTERACTION	0,421	0,185	0,154	2,272	0,024	0,511	1,957
	IMMERSION	0,106	0,177	0,037	0,595	0,552	0,604	1,655
	INTENSITY	0,143	0,293	0,035	0,487	0,627	0,454	2,203
	INDIVIDUALITY	0,099	0,267	0,025	0,371	0,711	0,508	1,967
	INNOVATION	0,642	0,163	0,267	3,942	0,000	0,513	1,951
	INTEGRITY	0,775	0,203	0,253	3,812	0,000	0,535	1,870

a. Dependent Variable: Y

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	9,135	2,655		3,440	0,001		
	X	0,429	0,028	0,766	15,429	0,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7,964	2,692		2,958	0,004
	INVOLVEMENT	0,574	0,168	0,220	3,410	0,001
	INTERACTION	0,421	0,185	0,154	2,272	0,024
	IMMERSION	0,106	0,177	0,037	0,595	0,552
	INTENSITY	0,143	0,293	0,035	0,487	0,627
	INDIVIDUALITY	0,099	0,267	0,025	0,371	0,711
	INNOVATION	0,642	0,163	0,267	3,942	0,000
	INTEGRITY	0,775	0,203	0,253	3,812	0,000

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1459,589	7	208,513	37,474	.000^b
Residual	901,405	162	5,564		
Total	2360,994	169			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), INVOLVEMENT, INTERACTION, IMMERSION, INTENSITY, INDIVIDUALITY, INNOVATION, INTENSITY

Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.786 ^a	0,618	0,602	2,35886	1,890

a. Predictors: (Constant), INVOLVEMENT, INTERACTION, IMMERSION, INTENSITY, INDIVIDUALITY, INNOVATION, INTENSITY

b. Dependent Variable: Y

KUESIONER

Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Awareness* (Studi Kasus Pada *Soft-Launching E-Parking*)

Yth. Responden Penelitian

Di tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka menyusun Tugas Akhir guna memenuhi syarat menyelesaikan Studi program D-IV di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia. Peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk memberi responden dengan mengisi pernyataan yang tersedia dalam kuesioner penelitian ini dengan jujur, lengkap dan apa adanya. Judul penelitian ini adalah **“Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Awareness* Studi Kasus *Soft-Launching E-Parking*”**

Kuesioner penelitian ini semata mata bukan hanya untuk kepentingan studi, namun juga untuk saran dan masukan bagi Pemko Medan dalam pengaruh *event marketing* terhadap *brand awareness soft-launching e-parking*. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas pribadi responden serta jawaban yang diperoleh Bapak/Ibu/Saudara/I.

Atas kesediaan dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara/I yang berkenan untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

(Rince Iska Manik)

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Lengkap :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Pekerjaan :
5. Jenis Kendaraan :

B. PETUNJUK PENGISIAN

- a) Pertanyaan – pertanyaan berikut ini mohon diisi dengan jujur dan sesuai dengan keadaan serta kenyataan yang Bapak/Ibu/Saudara/I rasakan.
- b) Pilihlah jawaban anda pada setiap pernyataan sesuai apa yang Bapak/Ibu/Saudara/I alami dan rasakan. Terdapat lima kategori jawaban, yaitu:
1. Sangat Setuju = SS
 2. Setuju = S
 3. Cukup Setuju = CS
 4. Tidak Setuju = TS
 5. Sangat Tidak Setuju = STS

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. Event Marketing

Tabel 8 Daftar Pertanyaan

N O	Indikator	PERTANYAAN	JAWABAN				
			1	2	3	4	5
1	Involvement	Mendapatkan pengetahuan baru dengan mengikuti <i>event soft-launching e-parking</i> .					
2		Mendapatkan pengalaman baru dengan mengikuti <i>event soft-launching</i> .					
3		Ingin mengetahui lebih dalam mengenai konten <i>event soft-launching</i> .					
4		Dapat terlibat lebih dalam pelaksanaan <i>event soft-launching</i> .					
5	Interaction	Situasi <i>event soft-launching</i> apakah sangat menyenangkan.					
6		<i>Event soft-launching</i> ini menciptakan rasa kebersamaan.					
7		Bersemangat pada saat mengikuti <i>event soft-launching</i> karena hadirnya Pak Bobby Nasution.					

8	Immersion	Mengetahui <i>tagline e-parking</i> yaitu “ <i>Smart City</i> ”.					
9		Paham dengan penjelasan pada saat <i>event soft-launching</i> .					
10		Memahami informasi yang disampaikan pada <i>event soft-launching e-parking</i> .					
11	Intensity	<i>Event soft-launching-e-parking</i> ini sangat penting/perlu untuk diadakan.					
12		<i>Event soft-launching</i> ini berdampak baik bagi saya.					
13	Individuality	<i>Event soft-launching e-parking</i> ini memberikan inspirasi yang positif.					
14		<i>Event soft-launching</i> ini sangat menarik.					
15	Innovation	<i>Event soft-launching ini mengatur jadwal acara</i> cukup kreatif.					
16		Lokasi diadakannya <i>event soft-launching ini</i> nyaman.					
17		<i>Event soft-launching e-parking</i> ini memiliki persiapan yang sangat baik.					
18		<i>Event soft-launching e-parking</i> mengatur alur pengunjung dengan kreatif.					
19	Integrity	<i>Event soft-launching</i> ini memberikan kegembiraan bagi anda.					
20		<i>Event soft-launching e-parking</i> memberikan kebermanfaatan bagi anda.					
21		<i>Event soft-launching e-parking</i> memberikan arti bagi anda.					

2. Brand Awareness

22	Recall	Saya Mengetahui <i>e-parking</i> karena adanya event <i>soft-launching</i>					
23		Saya mudah mengingat <i>e-parking</i> .					
24		Saya mudah mengenali <i>e-parking</i> .					
25	Recognition	Setelah anda datang di event <i>soft-launching e-parking</i> , apakah anda dapat mengenali area pengguna <i>e-parking</i>					
26		<i>E-Parking</i> menjadi pilihan utama saya					
27		<i>E-Parking</i> memiliki ciri khas tertentu					
28	Purchase	Setelah anda datang di event <i>soft-launching e-parking</i> , anda mampu membuat <i>e-parking</i> sebagai salah satu alternatif pilihan saat akan menggunakan layanan perparkiran.					
29		Saya membandingkan <i>e-parking</i> dengan yang tidak menggunakan <i>e-parking</i> ketika melakukan perparkiran.					
30		<i>E-Parking</i> menjadi yang terutama ketika saya melakukan perparkiran.					
31	Consumption	Setelah anda datang di event <i>soft-launching e-parking</i> , anda dapat memahami tata cara penggunaan <i>e-parking</i> .					
32		<i>E-Parking</i> tetap saya ingat meskipun saya menggunakan layanan parkir lainya					

Tabel 1.1
Lokasi E-Parking Kota Medan
Kompas.com News Update

No	Lokasi	Ruas Jalan
1	Jalan Zainul Arifin	(mulai dari simpang Jalan Diponegoro sampai simpang Jalan S Parman)

2	Jalan Setia Budi	(mulai dari simpang Jalan Sunggal sampai simpang Jalan Dr Mansyur)
3	Jalan Irian Barat	(mulai dari simpang Jalan MT Haryono sampai simpang Jalan Veteran)
4	Jalan Jawa	(Mulai dari simpang Jalan HM Sampai dengan simpang Jalan Veteran)
5	Jalan Pemuda	(mulai dari simpang Jalan Pandu sampai Jalan Palang Merah
6	Jalan Pemuda Baru I,	Sampai Jalan Pemuda Baru ii, III
7	Jalan Cirebon	(mulai dari simpang jalan MT Haryono sampai simpang Jalan Pandu)
8	Kawasan Pasar Baru	(Jalan Palangkaraya, Jalan Palangkaraya Baru, Jalan Bandung, Jalan Jember, Jalan Bogor, Jalan Kotanopan I, Jalan Kotanopan II, Jalan Pakatan, Jalan Barus