

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamuallaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Penilaian Konsumen Mengenai Kegiatan *Event Car Free Day* Buah Batu Radio Zora Bandung” dan tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu kelancaran tugas akhir ini. Adapun penulis sampaikan antara lain:

1. **Ibu Heppy Millanyani, S.sos.,MM** selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kemudahan, dan motivasi dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
2. **Bapak Sampurno Wibowo, SE.,M.si** selaku direktur utama PT Karang Tumaritis, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk penelitian tugas akhir di Radio Zora Bandung. Sekaligus menjadi pembimbing penelitian di perusahaan.
3. **Bapak Ganjar Mohamad Disastra, SH.,MM** selaku Kaprodi Manajemen Pemasaran Institut Manajemen Telkom.
4. **Bapak Ricky Diansah** selaku bagian *JT Suppor* di Radio Zora Bandung yang telah meluangkan waktu dan memberikan kemudahan bagi penulis selama melakukan penelitian di perusahaan.
5. **Teruntuk Keluargaku** Mama, Papa, Kakak, Adik, dan Ricky hamdani yang selalu memanjatkan doa buat kelancaran tugas akhir dan juga memberikan motivasi dari awal hingga akhir sehingga penulis tetap bersemangat.
6. **Rekan-rekan Manajemen Pemasaran 2010** selalu berada dalam aktivitasku, dari awal perkuliahan hingga akhir, Terimakasih.
7. **Seluruh staff pengajar Manajemen Pemasaran** Institut Manajemen Telkom, Bapak Agus Maulana,SE.,MM, Bapak Amirruddin, Ibu Febe dan lain-lain yang telah mengajarkan banyak hal tentang ilmu dan memberikan kelancaran.
8. **Sekretariat Manajemen Pemasaran** Institut Manajemen Telkom yang selalu sabar menghadapi beragam mahasiswa dan memberi kelancaran administarsi.
9. **Pihak-pihak lain** yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu. Terimakasih

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun penulis harapkan demi kesempurnaan laporan ini.

Bandung, Agustus 2013

Hormat Saya,

Ummi Khadijah Siregar

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Lembar Pengesahan	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran umum PT Radio Karang Tumaritis.....	1
1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.2 Logo Radio Zora.....	4
1.1.3 Struktur Organisasi.....	4
1.1.4 Program Siaran Radio Zora.....	5
1.2 Latar Belakang Objek Observasi.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9

BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN

2.1 RELEVANSI TEORI.....	11
2.1.1 Teori Pemasaran.....	11
2.1.2 Teori Bauran Pemasaran.....	11
2.1.3 Teori Bauran Promosi.....	12
2.1.4 Teori <i>Event</i>	13
2.2 METODE PENELITIAN.....	17
2.2.1 Janis Penelitian.....	17
2.2.2 Variabel Penelitian.....	17
2.2.3 Jenis Data.....	18
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data dan Teknnik Pengolahan Data.....	18
2.2.5 Populasi dan Lokasi.....	19
2.2.6 Sampel dan Teknik Sampel.....	20

2.2.7	Variabel Operasional.....	21
2.2.8	Skala Pengukuran.....	22
2.2.9	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	22
2.2.10	Teknik Analisis Data.....	23
2.3	PEMBAHASAN.....	26
2.3.1	Hasil Uji Validitas.....	26
2.3.2	Hasil Uji Reliability.....	27
2.3.3	Data Responden.....	27
2.3.4	Analisis Statistik Deskriptif.....	29
2.3.5	Analisis IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	39

BAB III KESIMPULAN DAN SARAN

3.1	KESIMPULAN.....	41
3.2	SARAN.....	42
3.2.1	Kepada Perusahaan.....	42
3.2.2	Kepada Peneliti Selanjutnya.....	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Profil Radio Zora.....	2
Tabel 1.2	: Jumlah Volume Pendengar.....	7
Tabel 2.1	: Hasil Uji Validitas.....	26
Tabel 2.2	: Hasil Uji Reliability Tingkat Kenyataan.....	27
Tabel 2.3	: Hasil Uji Reliability Tingkat Harapan.....	27
Tabel 2.4	: Dimensi Materi Pemasaran.....	29
Tabel 2.5	: Dimensi Nuansa, Suasana, dan Dekorasi.....	30
Tabel 2.6	: Dimensi Transpotasi dan Penyambutan Tamu.....	31
Tabel 2.7	: Dimensi Hidangan.....	31
Tabel 2.8	: Dimensi Hiburan.....	32
Tabel 2.9	: Dimensi Souvenir.....	33
Tabel 2.10	: Tingkat Kenyataan <i>Event Car Free Day</i> Buah batu Radio Zora Bandung.....	33
Tabel 2.11	: Dimensi Materi Pemasaran.....	34
Tabel 2.12	: Dimensi Nuansa, Suasana, dan Dekorasi.....	35
Tabel 2.13	: Dimensi Transpotasi dan Penyambutan Tamu.....	36
Tabel 2.14	: Dimensi Hidangan.....	36
Tabel 2.15	: Dimensi Hiburan.....	37
Tabel 2.16	: Dimensi Souvenir.....	38
Tabel 2.17	: Tingkat Harapan <i>Event Car Free Day</i> Buah Batu Radio Zora Bandung.....	38
Tabel 2.18	: Hasil Kenyataan dan Harapan Responden Terhadap <i>Event Cara Free day</i> Radio Zora.....	39
Tabel 2.19	: Hasil IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Logo Radio Zora Bandung.....	4
Gambar 1.2 : Struktur Organisasi Radio Zora Bandung.....	4
Gambar 2.1 : Komunikasi Pemasaran.....	12
Gambar 2.2 : Enam Dimensi <i>Event</i>	16
Gambar 2.3 : Garis Kontinum Tingkat Kenyataan.....	24
Gambar 2.4 : Garis Kontinum Tingkat Harapan.....	24
Gambar 2.5 : Kuadran IPA (<i>Importance Performace Analysis</i>).....	25
Gambar 2.6 : Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
Gambar 2.7 : Berdasarkan Usia.....	28
Gambar 2.8 : Berdasarkan Pendidikan.....	28
Gambar 2.9 : Berdasarkan Profesi.....	29