

## ABSTRAK

Ketatnya persaingan bisnis menuntut perusahaan-perusahaan harus menentukan jalan bisnisnya dengan sangat strategis. Khususnya untuk perusahaan yang bergerak di bidang IT. Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, perusahaan harus selalu beradaptasi dan berinovasi. Sebagai perusahaan yang fokus pada solusi teknologi informasi, PT Indotek Buana Karya yang didirikan pada tahun 2018 berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan tim yang berdedikasi, berpengalaman, dan berpengetahuan luas di bidang teknologi informasi. Tentu saja seiring kemajuan teknologi yang semakin sudah harusnya untuk memasarkan suatu produk atau jasa harus mengadopsi teknik yang menarik dan menciptakan acara berkesan memberikan informasi yang efektif dan berkesan kepada konsumen. Event Marketing merupakan salah satu cara untuk menghadirkan semua informasi yang efektif kepada konsumen.

Minat konsumen untuk membeli suatu produk didasarkan pada berbagai faktor, termasuk event marketing yang dilakukan. *Event marketing* merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang efektif dalam menjaga citra merek perusahaan. Minat beli muncul ketika peserta *event* tertarik, terhadap *event* yang informatif, inovatif, serta informasi yang terkait dengan produk atau jasa jelas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengimplementasian event marketing guna meningkatkan minat beli di PT. Indotek Buana Karya. Hasil dari penelitian ini adalah *event marketing* PT. Indotek Buana Karya dapat dikatakan berhasil berdasarkan indikator 7I (*Involvement, Interaction, Immersion, Intensity, Individuality, Innovation, Integrity*). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Kata Kunci: *Event Marketing*, Minat Beli, PT. Indotek Buana Karya, 7I (*Involvement, Interaction, Immersion, Intensity, Individuality, Innovation, Integrity*).