

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	1
1.1.3 Logo Perusahaan	2
1.1.4 Produk/Layanan	2
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Batasan Masalah.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	12
2.1.5 Pengertian <i>Event Marketing</i>	12
2.1.6 <i>Workshop</i>	14

2.1.7	Minat Beli.....	14
2.2	Penelitian Terdahulu.....	15
2.3	Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN		22
3.1	Pendekatan Penelitian.....	22
3.2	Jenis Penelitian.....	23
3.3	Variabel Oprasional	23
3.4	Tahapan Penelitian.....	27
3.5	Pengumpulan Data.....	28
3.5.1	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5.2	Sumber Data.....	30
3.6	Uji Keabsahan	31
3.7	Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Perancangan <i>Event Marketing</i>	34
4.1.1	Wawancara utnuk Perancangan.....	34
4.1.2	Obeservasi dan Dokumentasi untuk Perancangan	36
4.2	Implementasi <i>Event Marketing</i>	39
4.3	Evaluasi hasil <i>Event Marketing</i>	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....		55