

ABSTRAK

Papyrus Photo Studio Bandung adalah studio foto yang ingin menawarkan produk dan pelayanan yang lebih baik daripada pesaingnya, namun belum menjadi preferensi utama foto studio masyarakat Bandung. Di tahun 2013, Papyrus Photo mengadakan Papyrus Light Fest dan berharap menaikkan nilai *brand equity*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian audiens terhadap *event* Papyrus Light Fest 2013 dan terhadap *brand equity* Papyrus Photo Bandung, dan mengetahui besarnya efektivitas *event* Papyrus Light Fest 2013 terhadap *brand equity* Papyrus Photo Bandung.

Jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei dan dengan alat ukur kuesioner. Menggunakan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Memakai skala pengukuran ordinal dengan teknik Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah audiens Papyrus Light Fest 2013 dan berdomisili di Bandung. Penelitian ini menentukan jumlah sampel minimum dengan rumus Bernoulli sebanyak 100 responden. Menggunakan teknik *sampling* Convenience Sampling. Penelitian ini juga memakai teknik analisis data analisis jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian ini menunjukkan penilaian audiens terhadap event Papyrus Light Fest 2013 secara keseluruhan adalah efektif dengan persentase terbesar pada sub variabel *innovation* yang berarti Papyrus Photo melakukan inovasi yang mendapat tanggapan positif sebesar rata-rata 76%. Penilaian audiens terhadap dampaknya kepada *brand equity* Papyrus Photo Bandung adalah tidak efektif dengan penilaian sebesar 61,656%. Penilaian tidak efektif terhadap pada sub variabel *brand awareness*, *brand association* dan *brand loyalty*. Selain itu, tingkat pengaruh efektivitas *event* Papyrus Light Fest 2013 terhadap *brand equity* Papyrus Photo Bandung adalah terdapat dua sub variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu sub variabel *involvement* dan *innovation*.

Kesimpulan yang didapat adalah event marketing Papyrus Light Fest 2013 adalah event yang efektif untuk dilanjutkan untuk meningkatkan brand equity namun dengan beberapa saran yaitu dengan melakukan perubahan konten event seperti mengundang bintang tamu yang lebih tenar serta meningkatkan promosi event dan juga memberi tambahan nilai keunikan pada hasil produksi agar brand equity Papyrus Photo ikut meningkat.

Keyword: *Efektivitas, Event Marketing, Brand Equity*