

DAFTAR ISI

SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Deskripsi Umum Kickfest	1
1.1.2 Penyelenggaraan KICKFEST	2
1.1.3 KICKFEST 2019.....	3
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Perumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat penelitian	20
1.5.1 Aspek teoritis	20
1.5.2 Aspek Praktis	20
1.6 Sistematika Penulisan	20
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	21
1.7.1 Lokasi dan Objek penelitian	21
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	21
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Rangkuman Teori	21
2.1.1 Pengertian pemasaran.....	21
2.1.2 <i>Event Marketing</i>	21
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	24

2.1.4 Hubungan antara <i>Event Marketing</i> dengan Keputusan Pembelian.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.2.1 Skripsi.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Variabel Penelitian	39
3.3 Operasional Variabel	40
3.4 Skala Pengukuran	44
3.5 Tahapan Penelitian	45
3.6 Populasi dan Sampel.....	46
3.6.1 Populasi	46
3.6.2 Sampel.....	46
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7.1 Jenis Data.....	48
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data	48
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	49
3.8.1 Uji Validitas.....	49
3.8.2 Uji Reabilitas	50
3.9 Teknik Analisis Data	52
3.9.1 Teknik Analisis Data.....	52
3.10 Pengujian Hipotesis	57
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Pengumpulan Data.....	59
4.2 Karakteristik Responden	59
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.3 Hasil Penelitian.....	60
4.3.1 Analisis Deskriptif	60
4.3.3 Uji Normalitas.....	82

4.3.4 Method of Succesive Interval (MSI).....	83
4.3.5 Analisis Koefisien Korelasi.....	83
4.3.6 Hasil Analisis Regrensi Linear Sederhana	84
4.3.7 Hasil Uji Hipotesis	85
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	86
4.4.1 Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel <i>Event Marketing</i> (X).....	87
4.4.2 Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Produk Fashion Lokal (Y).....	92
4.4.3 Pembahasan hasil uji hipotesis pengaruh <i>event marketing</i> terhadap keputusan pembelian produk fashion lokal di kalangan pengunjung KICKFEST Bandung tahun 2019.	95
BAB V.....	96
KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	97
5.2.1 Bidang Akdemis	98
5.2.2 Bidang Praktis.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	101
KUESIONER PENELITIAN.....	101