

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
Kata Pengantar	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan penelitian	9
1.4.1. Secara Teoritis	9
1.4.2. Secara Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .	10
2.1. Kajian Pustaka	10
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2. Pemasaran	12
2.2 Kerangka Pemikiran	19
2.3. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Objek Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian.....	24
3.2.2 Desain Penelitian.....	25
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	25
3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	27
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	27

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampling	29
3.5.1 Populasi.....	29
3.5.2 Sampel.....	29
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.7 Rancangan Analisis Data.....	35
3.7.1 Analisis Deskriptif	36
3.7.2 Analisis Verifikatif.....	38
3.8 Uji Hipotesis	41
BAB I V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Hasil Penelitian.....	42
4.1.1. Profil Perusahaan PT. Nutrifood Indonesia.....	42
4.1.2. Gambaran Umum Responden	45
4.1.3. Gambaran <i>Event Marketing</i> PROLANIS	49
4.1.4. Gambaran Minat Beli pada produk Tropicana Slim	58
4.1.5. Analisis Pengaruh <i>Event Marketing</i> terhadap Minat Beli.....	64
4.2. Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Implikasi	75
5.3. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Proporsi dan perkiraan jumlah Diabetes Meliktus (DM), TGT, GDP Terganggu pada penduduk usia diatas 15 tahun di Indonesia tahun 2013	1
Tabel 1.2 Perkiraan jumlah penduduk yang terkena Diabetes pada penduduk yang berumur di atas 15 tahun di Jawa Barat dan Kota Bandung tahun 2013	2
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X (Event Marketing) Dan Variabel Y (Minat beli)	26
Tabel 3.2 Jenis Dan Sumber Data	28
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel X (Event Marketing).....	32
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y (Minat Beli)	33
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Event Marketing dan Variabel Minat beli	35
Tabel 3.6 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
Tabel 4. 6 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Produk Tropicana Slim	48
Tabel 4. 7 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Tropicana Slim	48
Tabel 4. 8 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Produk Tropicana Slim	49
Tabel 4. 9 Event Marketing Berdasarkan Involvement.....	50
Tabel 4. 10 Event Marketing Berdasarkan Interaction	51

Tabel 4. 11 Event Marketing Berdasarkan Immersion	51
Tabel 4. 12 Event Marketing Berdasarkan Intensity.....	52
Tabel 4. 13 Event Marketing Berdasarkan Individuality	53
Tabel 4. 14 Event Marketing Berdasarkan Innovation	53
Tabel 4. 15 Event Marketing Berdasarkan Integrity	54
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Event Marketing PROLANIS.....	55
Tabel 4. 17 Minat Beli Berdasarkan Kesenangan Terhadap Produk	58
Tabel 4. 18 Minat Beli Berdasarkan Mencoba Untuk Membeli Produk.....	59
Tabel 4. 19 Minat Beli Berdasarkan Akan Membeli Produk Dalam Waktu Dekat	60
Tabel 4. 20 Minat Beli Berdasarkan Akan Merekomendasikan Produk Kepada Orang.....	60
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Pada Produk Tropicana Slim.....	62
Tabel 4. 22 Output Korelasi	66
Tabel 4. 23 Output Event Marketing Terhadap Minat Beli	66
Tabel 4. 24 Output Koefisien Regresi.....	67
Tabel 4. 25 Nilai Signifikansi Uji T.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan jumlah penderita DM, TGT, GDP terganggu antara tahun 2007 dan tahun 2013	2
Gambar 1. 2 Data Penjualan Tropicana Slim di Kota Bandung.....	3
Gambar 1. 3 Hasil Prapenelitian	4
Gambar 1. 4 Hasil Prapenelitian	4
Gambar 1. 5 Hasil Prapenelitian	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian.....	23
Gambar 3. 1 Contoh Garis Kontinum	37
Gambar 4. 1 Logo PT Nutifood Indonesia.....	43
Gambar 4. 2 Hasil Kontinum Event Marketing PROLANIS	57
Gambar 4. 3 Hasil Kontinum Minat Beli Pada Produk Tropicana Slim	64
Gambar 4. 4 Uji Normalitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 ADMINISTRATIF

LAMPIRAN 2 KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 3 DATA ORDINAL

LAMPIRAN 4 DATA INTERVAL

LAMPIRAN 5 OUTPUT SPSS VALIDITAS DAN REALIBILITAS

LAMPIRAN 6 OUTPUT SPSS KORELASI DAN REGRESI

LAMPIRAN 7 DOKUMENTASI

LAMPIRAN 8 RIWAYAT HIDUP