

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

### SURAT PERNYATAAN

**ABSTRAK**.....i

**ABSTRACT**.....ii

**KATA PENGANTAR**.....iii

**UCAPAN TERIMA KASIH**.....iv

**DAFTAR ISI**.....viii

**DAFTAR TABEL**.....xiii

**DAFTAR GAMBAR**.....xvi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Rumusan Masalah... .. 17

1.3 Tujuan Penelitian..... 17

1.4 Kegunaan Penelitian ..... 18

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

#### DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka..... 19

2.1.1 *Event Marketing* Dalam Bauran Pemasaran..... 19

2.1.2 *Integrated Marketing Communication* ..... 23

2.1.3 *Event Marketing*..... 28

2.1.3.1 Peran dan Fungsi *Event Marketing* ..... 29

2.1.3.2 Keunggulan, Kelemahan dan Karakteristik Event Marketing .....	31
2.1.3.3 Faktor Penentu Keberhasilan <i>Event Marketing</i> .....	32
2.1.3.4 Elemen Dalam Strategi Proses Perencanaan <i>Event</i> .....	33
2.1.3.5 Jenis-Jenis <i>Event Marketing</i> .....	34
2.1.3.6 Evaluasi Dalam <i>Event Marketing</i> .....	34
2.1.3.7 Karakteristik Dari <i>Event Marketing</i> .....	35
2.1.3.8 Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	37
2.1.4 Citra Perusahaan.....	39
2.1.4.1 Pentingnya Citra Perusahaan .....	43
2.1.4.2 Membangun Citra Perusahaan.....	45
2.1.4.3 Proses Pembentukan Citra Perusahaan .....	46
2.1.5 Pengaruh Evaluasi <i>Event Marketing</i> terhadap Citra Perusahaan Taman Impian Jaya Ancol Sebagai <i>Green Company</i> . .....	51
2.1.6 Orisinalitas Penelitian.....	53
2.2 Kerangka Pemikiran.....	55
2.3 Hipotesis.....	61
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b> .....	
3.1 Objek Penelitian .....	64
3.2 Metode Penelitian .....	64
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	65
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	66
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	70

3.2.4 Populasi, dan Teknik Sampling .....	72
3.2.4.1 Populasi .....	72
3.2.4.2 Teknik Sampling .....	73
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data dan Pengujian Validitas Serta Reliabilitas.....	74
3.2.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.2.5.2 Hasil Pengujian Validitas Dan Realibilitas .....	76
3.2.5.3 Hasil Pengujian Validitas .....	76
3.2.5.4 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	81
3.2.6 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	83
3.2.6.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif .....	83
3.2.6.1.1 Analisis Data Deskriptif.....	83
3.2.6.1.2 Analisis Data Verifikatif.....	84
3.2.6.2 Pengujian Hipotesis.....	85
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Perusahaan Dan Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol.....	91
4.1.1 Profil Perusahaan .....	91
4.1.1.1 Identitas Perusahaan .....	91
4.1.1.2 Sejarah Perusahaan .....	92
4.1.1.3 Produk Dan Jasa Yang Ditawarkan .....	94
4.1.2 Profil Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol .....	98
4.1.2.1 Alasan Pengunjung Mengikuti <i>Teens Go Green</i> Ancol .....	98

4.1.2.2	Karakteristik Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol Dilihat Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia .....	100
4.1.2.3	Karakteristik Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol Berdasarkan Rata-rata Uang Saku/bulan Dan Rekan Berkunjung Ke Taman Impian Jaya Ancol.....	102
4.1.2.4	Karakteristik Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol Berdasarkan Asal Sekolah Dan Pendidikan.....	104
4.1.2.5	Karakteristik Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol Berdasarkan Alasan Mengikuti Teens Go Green Dan Kelas.....	106
4.1.3	Pengalaman Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol .....	108
4.1.3.1	Frekuensi Kunjungan Ke Taman Impian Jaya Ancol .....	108
4.1.3.2	Sumber Informasi Yang Diperoleh Pengunjung Mengenai Program CSR <i>Teens Go Green</i> .....	110
4.1.3.3	Alasan Pengunjung Berkunjung Ke Taman Impian Jaya Ancol .....	111
4.1.3.4	Pengetahuan Mengenai Program CSR <i>Teens Go Green</i> .....	113
4.1.3.5	Komentar Mengenai Program Event Marketing <i>Teens Go Green</i> Ancol.....	114
4.1.3.6	Penilaian Keberhasilan Ancol Dalam Melaksanakan Program <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	116

4.2 Evaluasi <i>Event Marketing</i> Program CSR <i>Teens Go Green</i> Ancol .....	117
4.2.1 <i>Enter tainment</i> .....	119
4.2.2 <i>Excitement</i> .....	121
4.2.3 <i>Enterprise</i> .....	124
4.2.4 <i>Sponsor</i> .....	128
4.2.5 <i>Audience</i> .....	130
4.2.6 Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Evaluasi <i>EventMarketing Teens Go Green</i> Di Taman Impian Jaya Ancol.....	133
4.3 Upaya Mempertahankan Citra Perusahaan Taman Impian Jaya Ancol Sebagai <i>Green Company</i> .....	134
4.3.1 <i>Corporate Identity</i> .....	136
4.3.2 <i>Corporate Reputation</i> .....	139
4.3.3 Rekapitulasi Upaya Mempertahankan Citra Perusahaan Taman Impian Jaya Ancol Sebagai <i>Green Company</i> .....	142
4.4 Pengaruh Evaluasi <i>Event Marketing</i> Program CSR <i>Teens Go Green</i> Dalam Upaya Mempertahankan Citra Perusahaan Taman Impian Jaya Ancol Sebagai <i>Green Company</i> .....	143
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	149
4.5.1 Temuan Penelitian bersipat Teoritik.....	149
4.5.2 Temuan Penelitian bersipat Empirik.....	151

**BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

5.1 Kesimpulan ..... 153

5.2 Rekomendasi ..... 155

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

No	Tabel	Hal
1.1	Data Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Jakarta Tahun 2001-2008.....	3
1.2	Tingkat Kunjungan Wisatawan berdasarkan Lima Objek Wisata Unggulan Jakarta Tahun 2003-2008.....	4
1.3	Data Kunjungan Wisatawan Ke TIJA.....	7
1.4	Penghargaan Yang Didapatkan Ancol.....	7
1.5	Program <i>Event Marketing</i> .....	10
1.6	Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Ancol.....	12
2.1	Definisi <i>Event Marketing</i> .....	28
2.2	Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	38
2.3	Definisi Citra.....	40
2.4	Orisinalitas Penelitian.....	53
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	66
3.2	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	71
3.3	Wisatawan Yang Berkunjung Ke Ancol yang mengikuti <i>Teens Go Green</i> .....	72
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	76
3.5	Koefisien Korelasi.....	78
3.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel X <i>Event Marketing</i> .....	79
3.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Perusahaan .....	80
3.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Evaluasi <i>Event marketing</i> Program <i>CSR'Teens</i>	

	<i>Go Green</i> Dan Citra Perusahaan Taman Impian Jaya Ancol Sebagai <i>Green Company</i> .....	82
4.1	<i>Entertainment</i> Dalam Evaluasi <i>Event Marketing</i> Program CSR <i>Teens Go Green</i> Taman Impian Jaya Ancol.....	119
4.2	<i>Excitemen</i> Dalam Evaluasi <i>Event Marketing</i> Program CSR <i>Teens Go Green</i> Taman Impian Jaya Ancol.....	122
4.3	<i>Enterprise</i> Dalam Evaluasi <i>Event Marketing</i> Program CSR <i>Teens Go Green</i> Taman Impian Jaya Ancol.....	125
4.4	Sponsor Dalam Evaluasi <i>Event Marketing</i> Program CSR <i>Teens Go Green</i> Taman Impian Jaya Ancol.....	128
4.5	<i>Audience</i> Dalam Evaluasi <i>Event Marketing</i> Program CSR <i>Teens Go Green</i> Taman Impian Jaya Ancol.....	131
4.6	Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Evaluasi <i>Event Marketing</i> Program CSR <i>Teens Go Green</i> .....	133
4.7	<i>Corporate Identity</i> Taman Impian Jaya Ancol Sebagai <i>Green Company</i> .....	136
4.8	<i>Corporate Reputation</i> Taman Impian Jaya Ancol Sebagai <i>Green Company</i> ..	139
4.9	Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Citra Perusahaan Taman Impian Jaya Ancol Sebagai <i>Green Company</i> .....	142
4.10	Matrik Korelasi Antara Sub Variabel Evaluasi <i>Event Markting</i> Dengan Citra Perusahaan.....	144
4.11	Hasil Pengujian Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari Evaluasi <i>Event Marketing</i> Program CSR <i>Teens Go Green</i> Dalam Upaya Mempertahankan Citra Perusahaan Taman Impian Jaya Ancol.....	146



## DAFTAR GAMBAR

No	Gambar	Hal
1.1	Pergerakan Wisatawan Nusantara Dari Tahun 2001-2008.....	2
1.2	<i>Top Of Mind</i> Citra Ancol Dibandingkan Destinasi Lain.....	6
2.1	Proses Pemasaran.....	20
2.2	Faktor Penentu Keberhasilan <i>Event Marketing</i> .....	32
2.3	Membangun Reputasi Yang Baik.....	48
2.4	Kerangka Pemikiran .....	60
2.5	Paradigma Penelitian.....	61
3.1	Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y.....	86
3.2	Diagram Jalur Hipotesis.....	87
3.3	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis Utama.....	88
4.1	Alasan Mengikuti <i>Teens Go Green</i> Ancol.....	98
4.2	Karakteristik Jenis Kelamin Dan Usia Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol Pada Program <i>Teens Go Green</i> .....	101
4.3	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Rata-rata Uang Saku Perbulan Dan Rekan Berkunjung Ke Ancol.....	103
4.4	Karakteristik Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol Berdasarkan Asal Sekolah Dan Pendidikan.....	105
4.5	Karakteristik Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol Berdasarkan Alasan TGG dengan Kelas.....	106

4.6	Frekuensi Kunjungan Ke Taman Impian Jaya Ancol.....	108
4.7	Sumber Informasi Yang Diperoleh Pengunjung Mengenai Program <i>Teens Go Green</i> Ancol.....	110
4.8	Alasan Mengunjungi Taman Impian Jaya Ancol.....	112
4.9	Pengetahuan Mengenai Program CSR <i>Teens Go Green</i> .....	113
4.10	Komentar Mengenai Program <i>Event Marketing Teens Go Green</i> Ancol...	115
4.11	Penilaian Pengunjung Terhadap Keberhasilan Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Di Taman Impian Jaya Ancol.....	117
4.12	Evaluasi <i>Event Marketing</i> Taman Impian Jaya Ancol.....	118
4.13	Hubungan Antara <i>Entertainment</i> Ditinjau Dari Alasan Pengunjung Mengikuti <i>Teens Go Green</i> .....	121
4.14	Hubungan Antara <i>Excitement</i> Ditinjau Dari Alasan Pengunjung Mengikuti <i>Teens Go Green</i> .....	124
4.15	Hubungan Antara <i>Enterprise</i> Ditinjau Dari Alasan Pengunjung Mengikuti <i>Teens Go Green</i> .....	127
4.16	Hubungan Antara Sponsor Ditinjau Dari Alasan Mengikuti <i>Teens Go Green</i> .....	130
4.17	Hubungan Antara <i>Audience</i> Ditinjau Dari Alasan Mengikuti <i>Teens Go Green</i> .....	132
4.18	Gambaran Citra Perusahaan Taman Impian Jaya Ancol Sebagai <i>Green Company</i> .....	135
4.19	Hubungan Antara <i>Corporate Identity</i> Ditinjau Dari Alasan Mengikuti <i>Teens Go Green</i> .....	138

4.20	Hubungan Antara <i>Corpoarte Reputation</i> Ditinjau Dari Alasan Mengikuti <i>Teens Go Green</i> .....	142
4.21	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis.....	145

