

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Kerangka Teori	10
1.5.1 Teori Kemungkinan Elaborasi	10
1.5.2 <i>Event Marketing</i>	13
1.5.3 <i>Brand Image</i>	16
1.6 Hipotesis	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 <i>Marketing Communication</i>	20
2.2 <i>Promotion Mix</i>	20
2.3 <i>Event Marketing</i>	27
2.4 <i>Brand Image</i>	31

2.5 Media Sosial dan Pemasaran Merek	32
2.6 Youtube	35
2.7 Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Subjek Penelitian	41
3.3 Objek Penelitian	41
3.4 Sumber Penelitian	41
3.4.1 Data Primer	41
3.4.2 Data Sekunder	42
3.5 Variabel Penelitian	42
3.5.1 Variabel Bebas (X)	42
3.5.2 Variabel Terikat (Y)	42
3.6 Definisi Konseptual	43
3.6.1 Variabel X: <i>Virtual Event Marketing</i>	43
3.6.2 Variabel Y: <i>Brand Image</i>	45
3.7 Definisi Operasional	46
3.8 Teknik Pengumpulan Data	51
3.8.1 Kuesioner	51
3.8.2 Studi Pustaka	52
3.9 Populasi dan Sampel	52
3.9.1 Populasi	52
3.9.2 Sampel	52
3.10 Teknik Pengambilan Sampel	53
3.11 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	54
3.11.1 Skala Pengukuran	54
3.11.2 Analisis Statistik Deskriptif	55
3.11.3 Uji Validitas dan Realibilitas	56
3.11.4 Korelasi <i>Product Moment</i>	59
3.11.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	60
3.11.6 Pengujian Hipotesis	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	63
4.1.1 Deskripsi Perusahaan	63
4.1.2 Visi dan Strategi Perusahaan	64
4.1.3 Logo Perusahaan	65
4.2 Identifikasi Responden	65
4.2.1 Gambaran Responden	65

4.3 Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel	71
4.3.1 Variabel X: <i>Virtual Event Marketing</i> IM3 Ooredoo	71
4.3.2 Variabel Y: <i>Brand Image</i> IM3 Ooredoo.....	83
4.4 Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	93
4.5 Hasil Uji Analisis Linier Sederhana	93
4.5.1 Uji Regresi Parsial (Uji t)	95
4.6 Uji Koefisien Determinasi (R Square)	95
4.7 Pembahasan	96
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	