

**PENGARUH PROMOTION MIX DAN BRAND IMAGE
TERHADAP MINAT MENONTON *JAZZ GOES TO CAMPUS* DI
INACONCERTS.COM**

(Studi Kasus Pada Media Online Inaconcerts.com di DKI Jakarta)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Yulia Chandra

Nim : 43113110315

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yulia Chandra

Nim : 43113110315

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 08 Maret 2016



Yulia Chandra

NIM : 43113110315

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yulia Chandra
NIM : 43113110315
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promotion Mix dan Brand Image Terhadap Minat
Menonton Jazz Goes To Campus di Inaconcerts.com
Tanggal Ujian Skripsi : 01 Maret 2016

Disahkan oleh,

Pembimbing,

Ketua Penguji


UNIVERSITAS

MERCU BUANA


Yuhartil, SE.,M.E

Tanggal : 01 Maret 2016

Dekan,


Tafiprios, SE.,M.M

Tanggal : 08 Maret 2016

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Prof Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA

Tanggal : Maret 2016


Dr. Rina Astini, SE., M.M

Tanggal : 08 Maret 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Promotion Mix dan Brand Image Terhadap Minat Menonton Jazz Goes To Campus (JGTC) di Inaconcerts.com (Studi Kasus Pada Media Online Inaconcerts.com di DKI Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta .

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Pak Yuhasril SE.,MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta mama, bapak, teteh Rian, aa Tio, Yudha dan dua keponakan Mayra dan Aisyah yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana .
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, AK.,MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dr. Rina Astini,SE.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kepada Yudha Aditya selaku Pemimpin Redaksi Inaconcerts.com yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Inaconcerts.com
7. Bank ANZ Indonesia, yang telah memberikan kesempatan untuk penulis bekerja dan kuliah, Terutama PCO departemen ANZO dan NFTU team yang telah mendukung penulis.
8. Kepada teman-teman Universitas Mercu Buana angkatan 2013 dan 2014 yang sudah sharing pengalaman dan saling membantu dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
9. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang secara langsung maupun tidak langsung sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan membalas segala bantuan yang telah kalian berikan kepada penulis

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, Maret 2016

Yulia Chandra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penulisan.....	6
BAB 2 KAJIAN TEORI, RERANGKA PEMIKIRAN, & HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Bauran Pemasaran	9
3. Pengertian Bauran Promosi	10
4. Pengertian Sosial Media.....	19

5. Membangun Merk (Branding).....	22
6. Konsep Merk (Brand).....	23
7. Tahap Perkembangan Merk.....	24
8. Brand Image.....	26
9. Variabel Brand Image.....	30
10. Manfaat Brand Image.....	30
11. Minat Beli Konsumen.....	32
12. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
B. Kajian Riset Terdahulu.....	37
C. Kerangka Pemikiran.....	38
D. Hipotesis.....	39

BAB 3

METODE PENELITIAN

A. Waktu Penelitian & Tempat Penelitian.....	40
B. Desain Penelitian.....	40
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	40
D. Populasi dan Sampel.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Metode Analisis.....	45
1. Uji Instrumen.....	45
2. Uji Validitas.....	48
3. Uji Reliabilitas.....	49
G. Uji Asumsi Klasik.....	50
1. Uji Normalitas.....	50
2. Uji Multikolonieritas.....	51
3. Uji Heteroskedastisitas.....	51
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
5. Koefisiensi Determinasi (R^2).....	53

H. Uji Hipotesis.....	53
1. Uji Statistik F.....	53
2. Uji T.....	54

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
1. Sejarah Singkat Inaconcerts.com.....	56
2. Visi & Misi Inaconcerts.com.....	58
3. Struktur Organisasi.....	59
4. Job Description Inaconcerts.com.....	59
5. Gambaran umum responden.....	63
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	66
C. Hasil pengujian Instrumen Penelitian.....	67
1. Uji Validitas.....	67
2. Uji Reliabilitas.....	69
D. Uji Asumsi Klasik.....	70
1. Uji Normalitas.....	70
2. Uji Heterokedastisitas.....	73
3. Uji Multikolinearitas.....	73
E. Analisis Regresi Berganda.....	74
F. Uji Koefisiensi Determinasi.....	76
G. Uji Hipotesis.....	76
1. Uji F.....	76
2. Uji T.....	77
H. Pembahasan.....	78

BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	81
	B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		83



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Logo Inaconcerts.com.....	23
2.2 Proses Keputusan Pembelian	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
4.1 Stuktur Organisasi.....	59
4.2 Histogram.....	71
4.3 P-plot.....	72
4.4 Heterokedastisitas	73



DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1.1 Penjualan tiket 2012 s/d 2015	4
3.1 Tabel Operasional Variabel	42
3.2 Skor Jawaban	43
4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	64
4.2 Jumlah Responden Menurut Umur	65
4.3 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan	66
4.4 Uji Statistik Deskriptif	66
4.5 Uji Validitas Variabel Promotion Mix	67
4.6 Uji Vliditas Variabel Brand Image	68
4.7 Uji Vliditas Variabel Minat Penonton	69
4.8 Hasil Uji Reabilitas	70
4.9 Tabel Klomogrov Smirnov	71
4.10 Tabel Multikolonieritas	74
4.11 Tabel Regresi Berganda	74
4.12 Koefisiensi Determinasi	76
4.13 Tabel Uji F	76
4.14 Tabel Uji T	77