



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Empah Khollaefah Alfa Maliyah  
44314110048

Efektivitas Event Marketing “Sosialisasi Peraturan Presiden No. 16 Tahun 2018”  
Oleh Ayooklik.Com Di Arion Swiss-Belhotel Bandung  
(Survey Tentang Pengaruh *Event Marketing* terhadap *Brand Awareness*  
Ayooklik.com terhadap Pemerintahan Jawa Barat )  
Jumlah halaman: 81 Halaman + 11 Lampiran  
Bibliografi: 40 Acuan (2002-2017)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas *event marketing* yang telah dilakukan oleh Ayooklik.com pada tahun 2018 namun untuk penelitian ini dikhususkan pada cabang Jawa Barat (Bandung) yang dilakukan pada tanggal 30 Agustus 2018 di hotel Arion Swiss-Belhotel Bandung yang dihadiri oleh 100 tamu dari beberapa Instansi di Jawa Barat.

Dalam penelitian ini menggunakan konsep teori komunikasi pemasaran dari Kotler dan Keller, *Event* dari Any Noor, *Brand Awareness* dari Aaker dan Efektivitas dari Andre Hardjana.

Paradigma yang digunakan adalah paradigma positivism, dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode *survey*. Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data teknik *simple random sampling*. Penelitian ini dilakukan terhadap 65 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Event Marketing* yang dilakukan oleh Ayooklik.com cabang Jawa Barat ( Bandung) pengaruh efektif memberikan kontribusi sebesar 44% terhadap *Brand Awareness* konsumen yang hadir.

Berdasarkan pertanyaan kuesioner yang disediakan sebesar 52,3% responden akan melakukan pembelian di Ayooklik.com yang berarti adanya efek konatif pada user yang hadir pada *event* tersebut yang mana ini merupakan tahap akhir dari respon penerima pesan terhadap suatu pesan yang dikatakan berhasil atau efektif.

Kata Kunci : *Event Marketing* dan Minat Beli



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Empah Khollaefah Alfa Maliyah  
44314110048

Event Marketing Effectiveness "Socialization Of The Presidential Regulation No. 16 Year 2018 "By Ayooklik.Com At Arion Swiss-Belhotel Bandung (Survey on the Effect of Event Marketing on Ayooklik.com Brand Awareness of West Java Government)

Number of pages: 81 Pages + 11 Attachments

Bibliography: 40 Reference (2002-2017)

### **ABSTRACT**

This study aims to determine the effectiveness of marketing events that have been carried out by Ayooklik.com in 2018 but for this research it is devoted to the West Java branch (Bandung) conducted on August 30, 2018 at the Arion Swiss-Belhotel Bandung hotel which was attended by 100 guests from several agencies in West Java.

In this study using the concept of marketing communication theory from Kotler and Keller, Event from Any Noor, Brand Awareness from Aaker and Effectiveness from Andre Hardjana.

The paradigm used is the positivism paradigm, with a quantitative descriptive approach to the survey method. This research was conducted by data collection techniques using simple random sampling. This research was conducted on 65 respondents.

The results showed that the Marketing Event conducted by Ayooklik.com, West Java (Bandung) branch, had an effective influence that contributed 44% to the Brand Awareness of the consumers present.

Based on the questionnaire questions provided by 52.3% of respondents will make a purchase on Ayooklik.com which means there is a conative effect on the users present at the event which is the final stage of the recipient's response to a message that is said to be successful or effective.

Keywords: Event Marketing and Buy Interest