



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Esti Mujiani
44214110059

Pengaruh *Event* “ *Cooking Demo* ” Terhadap Minat Beli Konsumen Di PT Lock Dan Lock
Bibliografi : 5 Bab Halaman + Lampiran + Buku + Internet

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *event* “ *Cooking demo* “ terhadap minat beli konsumen di PT Lock dan Lock. menggunakan sifat penelitian *eksplantif* kausal dengan metode survei dengan teknik kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah para pengunjung Aeon mall BSD city, yang berjumlah 100 orang.

Dari hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan maka diperoleh hasil bahwa *Event* “*Cooking Demo* “ mempunyai kontribusi sebesar sebesar 93,5% Sedangkan sisanya adalah 6,5 % , dalam upaya mempengaruhi Minat Beli Konsumen.

Berdasarkan Penelitian ,maka yang menjadi rekomendasi peneliti untuk pelaksanaan *eveny* yang diselenggarakan oleh PT Lock dan Lock adalah *Tim Marketing Public Relations* harus meningkatkan kreatifitas dalam menciptakan ide-ide dari konsep suatu *event*. Dengan membuat *event* yang unik , serta sesuai dengan target khalayak.

Kata kunci : *Event* , *Regresi Linear*, Minat Beli Konsumen.