

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.4.1. Kegunaan Teoritis	7
1.4.2. Kegunaan Praktis	8
1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah	8
1.5.1. Ruang Lingkup	8
1.5.2. Pengertian Istilah	8
1.6. Kerangka Pemikiran	9
1.6.1. Kerangka Pemikiran	9

BAB II TINJAUAN TEORETIS

2.1.Kajian Pustaka	20
2.2.Tinjauan Teori	23
2.2.1.Public Relations	23
2.2.2 Event Marketing	30
2.2.3 Event	34
2.2.4 Citra	38

BAB III OBEJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	42
3.2 Metodologi Penelitian	49
3.2.1 Metode Penelitian	49
3.2.2 Populasi dan Sampel	50
3.2.3 Operasional Variabel	52
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.2.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.2.5.1 Uji Validitas	55
3.2.5.2 Reliabilitas	55

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1.Analisis Deskriptif Data Responden	58
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian	61
4.2.1 Unsur <i>product</i> dalam <i>event locafore</i>	62
4.2.2 Unsur <i>price</i> dalam <i>event locafore</i>	72

4.2.3 Unsur <i>place</i> dalam <i>event locafore</i>	76
4.2.4 Unsur <i>public relations</i> dalam <i>event locafore</i>	86
4.2.5. Unsur <i>positioning</i> dalam <i>event locafore</i>	93

BAB V KESIMPILAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	104

LAMPIRAN DRAFT WAWANCARA

LAMPIRAN HASIL WAWANCARA

LAMPIRAN OBSERVASI

LAMPIRAN BUKTI PELAKSANAAN WAWANCARA

LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Tabel Data Responden	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	19
Gambar 3.1	42
Gambar 3.2	47
Gambar 4.1	65
Gambar 4.2	69
Gambar 4.3	73
Gambar 4.4	77
Gambar 4.5	80
Gambar 4.6	82
Gambar 4.7	84
Gambar 4.8	91
Gambar 4.9	96

DAFTAR LAMPIRAN

Draft wawancara

Transkrip wawancara

Lampiran Observasi

Riwayat hidup peneliti

