

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.2.1 Pertanyaan Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	16
2.1.2 Partisipasi <i>Event Marketing</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Pengembangan Variabel	30
2.3.1 Partisipasi <i>Event Marketing Online</i>	30
2.3.2 Partisipasi <i>Event Marketing Offline</i>	32
2.3.3 Keinginan Konsumen untuk Menonton Film.....	34
2.4 Hubungan Antar Variabel	36
2.4.1 Hubungan Antara Variabel Partisipasi <i>Event Marketing Online</i> dan Keinginan Konsumen untuk Menonton Film.....	36

2.4.2 Hubungan Antara Variabel <i>Event Marketing Offline</i> dan Keinginan Konsumen untuk Menonton Film	38
2.5 Kerangka Pemikiran	40
2.6 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.1.1 Definisi Variabel Penelitian	42
3.1.1.1 Variabel Independen (Bebas)	42
3.1.1.2 Variabel Dependen (Terikat)	43
3.2 Definisi Operasional	43
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi	45
3.3.2 Sampel	46
3.4 Jenis dan Sumber Data	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.6 Uji Kelayakan Kuesioner	50
3.6.1 Uji Validitas	51
3.6.2 Uji Reabilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data	56
3.7.1 Pengembangan Model Berdasarkan Teori	57
3.7.2 Penyusunan Diagram Jalur dan Persamaan Struktural	57
3.7.3 Penentuan Jenis <i>Input Matrix</i> serta Estimasi Model	58
3.7.4 Pengidentifikasi Model Struktural	60
3.7.5 Uji Asumsi SEM	60
3.7.6 Penilaian Kriteria Kelayakan <i>Goodness-of-Fit</i>	62
3.7.7 Intepretasi dan Modifikasi Model	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	70
4.2 Gambaran Umum Responden	71
4.3 Analisis Data	73
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	73
4.3.2 <i>CFA</i> Konstruk-Konstruk Eksogen	74

4.3.3 CFA Konstruk-Konstruk Endogen	77
4.3.4 Analisis <i>Full Model</i>	80
4.3.4.1 Evaluasi atas Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	81
4.3.5 Asumsi <i>SEM</i>	82
4.3.6 Pengujian Hipotesis.....	88
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Implikasi Teoritis.....	94
5.3 Implikasi Manajerial	96
5.4 Keterbatasan Penelitian	98
5.5 Saran Penelitian.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	106

