

Persepsi konsumen pada pelaksanaan event marketing festival jajanan bango 2014 = Consumer perception on the implementation of event marketing bango food festival 2014

Astri Elisa Astarini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413356&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas mengenai Persepsi Konsumen Pada Pelaksanaan Event Marketing Festival Jajanan Bango 2014. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan empat dimensi yaitu : Pervasive and Targeted Communication, Meaningful Experiences, Participative Environment, dan Strengthening Relationship yang didapat dari jurnal Centre for tourism, Hospitality and Events Research, Sheffield Hallam University, UK yang ditulis oleh Phil Crowther. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 indikator yang memiliki nilai rata - rata tertinggi, yakni pada dimensi Strengthening Relationship pada indikator : Saya mendapat pengetahuan tentang budaya kuliner Indonesia setelah mengunjungi event Festival Jajanan Bango. Selanjutnya pada dimensi Pervasive and Targeted Communication pada indikator : Saya setuju dengan tujuan penyelenggaraan event Festival Jajanan Bango adalah untuk melestarikan kuliner nusantara dan yang terakhir pada indikator : Saya mendapat pengetahuan tentang produk Kecap Bango. Ketiga indikator diatas masuk kedalam kategori Baik, yang dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi konsumen pada pelaksanaan Festival Jajanan Bango 2014 adalah baik.

.....

This research discusses the Consumer Perception In Event Marketing Implementation Bango Food Festival 2014. This research used 4 dimentions : Pervasive and Targeted Communication, Meaningful Experiences, Participative Environment, and Strengthening Relationship (Centre for tourism, Hospitality and Events Research, Sheffield Hallam University, UK by Phil Crowther). The result of this research show that there is 3 indicators that had the highest average point which are on dimension Strengthening Relationship in indicator : I got some knowledge about Indonesian Culinary culture after attended Bango Festival. After that there's also dimension Pervasive and Targeted Communication in indicator : I agree with the purpose of the Bango Festival is to conserve Indonesian Culinary Culture and for the last in the indicator : I had some knowledge about the Kecap Bango brand. All the indicators are in Good category. The result of the Consumer Perception In Event Marketing Implementation Bango Food Festival 2014 is good.