

Pengaruh event marketing terhadap customer engagement pada siswa sekolah menengah atas (SMA) di Jabodetabek: studi pada HiLo teen festival = The effect analysis of event marketing towards customer engagement among senior high school student at Jabodetabek: study on HiLo teen festival

Nadya Dias Fadhila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482181&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kaum remaja membutuhkan gizi optimal untuk tumbuh kembangnya. Usia ini terbilang usia produktif yang memerlukan susu berkalsium tinggi untuk memperkuat tulang. Namun, pada umumnya mereka lebih dipengaruhi lingkungan dan gaya hidup modern yang acapkali mengabaikan unsur gizi seimbang. Hal tersebut mendorong pelaku bisnis untuk melakukan strategi pemasaran yang salah satunya adalah event marketing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh event marketing yaitu HiLo Teen Festival terhadap customer engagement pada produk HiLo Teen. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survei, menyebarkan kuesioner pada 100 responden sesuai kriteria sampel. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu non-probability sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa event marketing yaitu HiLo Teen Festival memiliki pengaruh terhadap customer engagement pada produk HiLo Teen.

<hr>

ABSTRACT

Teenagers need optimal nutrition for growth and development. This age is considered productive age which requires high calcium milk to strengthen bones. However, in general they are more influenced by the environment and modern lifestyle that often ignores the elements of balanced nutrition. This problem encourages business people to take alternative marketing approaches, one of which is marketing events. The objective of this research is to analyze the effect of event marketing, HiLo Teen Festival towards customer engagement on HiLo Teen products. This research uses quantitative approach with data collection techniques through surveys, distributing questionnaires to 100 respondents according to the sample criteria. The sampling techniques used is non-probability sampling. The results show that the event marketing, HiLo Teen Festival, have an influence towards customer engagement on HiLo Teen products.