

Pengaruh event marketing terhadap keputusan pembelian impuls produk fashion studi pada brightspot market = The effect of event marketing toward fashion product impulse buying decision study on brightspot market / Peter Christian Panjaitan,

Panjaitan, Peter Christian, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20402823&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menggambarkan menganalisis bagaimana pengaruh event marketing Brightspot Market terhadap keputusan pembelian produk fashion.

Penelitian kuantitatif ini menggunakan pengumpulan data dengan kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear. Sampel penelitian ini adalah 105 mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, dengan kriteria pernah melakukan pembelian pada event marketing Brightspot Market.

Hasil penelitian ini menemukan pengaruh bahwa event marketing memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap pembelian impuls Terdapat faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan pembelian impuls konsumen pada saat mengunjungi event marketing Brightspot Market.

<i>The objective of this research is to identify how the impact of event marketing toward impulse buying decision.

This quantitative study using questionnaire and apply linear regression method to analyze the data. The sample of this research is 105 University of Indonesia Social and Politics faculty students within criteria that have been attend Brightspot Market event.

The result of this study reveals that event marketing has significant impact toward impulse buying, however event marketing elements only have moderate impact towards impulse buying. There are other factors that affect customers impulse buying decision while attend Brightspot Market event.</i>