



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH EVENT MARKETING TERHADAP BRAND
IMAGE PRODUK SCARLETT WHITENING
(SURVEI *MEET AND GREET SCARLETT EXO GLOW TO YOU*)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Neila Faradilla Cahyani

NPM. 203516516246

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

2023/2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE EFFECT OF EVENT MARKETING ON THE BRAND
IMAGE OF SCARLETT PRODUCTS
(SURVEY MEET AND GREET SCARLETT EXO GLOW TO YOU)**

THESIS

Submitted as partial fulfilment of the requirements
for Bachelor's Degree (S.I.Kom)

Neila Faradilla Cahyani

NPM. 203516516246

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

COMMUNICATION SCIENCES

JAKARTA

2023/2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH EVENT MARKETING TERHADAP BRAND
IMAGE PRODUK SCARLETT WHITENING
(SURVEI *MEET AND GREET SCARLETT EXO GLOW TO YOU*)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Neila Faradilla Cahyani

NPM. 203516516246

UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

JANUARI 2023/2024



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tanda tangan dibawah ini :

Nama : Neila Faradilla Cahyani
NPM : 203516516246
Skripsi : Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Image* Produk Scarlett Whitening (Survei *Meet and Greet Scarlett EXO Glow to You*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 1 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Neila Faradilla Cahyani



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Neila Faradilla Cahyani
NPM : 203516516246
Judul Skripsi : Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Image* Produk
Scarlett Whitening (Survei pada *Meet and Greet Scarlett
EXO Glow to You*)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.


Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 30 Januari 2024

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si.


Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Neila Faradilla Cahyani

NPM : 203516516246


Program Studi : Ilmu Komunikasi


Judul Skripsi : Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Image* Produk *Scarlett Whitening* (Survei *Meet and Greet Scarlett EXO Glow to You*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Mary Ismowati, M.Si. ()

Pembimbing : Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si. ()

Penguji 1 : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si. ()

Ditetapkan di : JaFarta

Tanggal : 4 Maret 2024



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Neila Faradilla Cahyani
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516246
Fakultas / Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Image*
Produk Scarlett Whitening (*Survei Meet and Greet*
Scarlett EXO Glow to You)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Februari 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 1 Maret 2024

Ketua Sidang : **Dr. Mary Ismowati, M.Si.**

Penguji I : **Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.**

Penguji II : **Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si.**

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Neila Faradilla Cahyani
NPM : 203516516246
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Judul Skripsi : Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Image* Produk *Scarlett Whitening* (Survei *Meet and Greet Scarlett EXO Glow to You*)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diajukan
Jakarta, 1 Maret 2024

Dosen Pembimbing,


Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si.

Dekan


Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Event Marketing Terhadap Brand Image Produk Scarlett (Survei Meet and Greet Scarlett EXO Glow to You)*”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Nasional.

Selama menyusun penelitian ini, penulis mendapatkan banyak sekali dukungan, semangat, doa dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moril maupun materi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh hormat penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. (C). Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama dan SDM Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Djujur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.si., selaku Sekretariat Program Studi Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing akademik yang telah membantu penulis mengarahkan dan memberikan pengetahuan selama penulis melakukan studi di Universitas Nasional.

7. Bapak Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
8. Ibu Dr. Mary Ismowati, M.Si., selaku Ketua Sidang, Ibu Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si., selaku Penguji 1 dan Bapak Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si., selaku Penguji 2. Terima kasih atas kesempatan, pengalaman dan kritikan maupun saran yang diberikan untuk penulis selama sidang skripsi berlangsung.
9. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta wawasannya kepada penulis selama menempuh masa belajar S1.
10. Orang tua tercinta yang penulis banggakan dan hormati, Ayahanda Erjuni Chaerullah dan Ibunda Herlina yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, serta telah banyak berkontribusi dan berkorban selama perjalanan perkuliahan penulis.
11. Adik laki-laki penulis Muhammad Syamil Aljabar dan saudara-saudara akrab penulis, yaitu Fanessa, Reva dan Najwa yang sudah menjadi moodbooster dan menjadi alasan penulis untuk tetap semangat dikala kesulitan menghampiri.
12. Responden terhormat dan seluruh EXO-L di Indonesia yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi dan membantu menyebarkan kusioner penelitian ini.
13. Sahabat tersayang penulis, yaitu Dinda Salfania, Iswara Prandhana, Faizah Umamy, Desi Megantara Mariane, Qardinni Alza Ibrahim, Silva Nariya Amini, dan Eka Novianti Ramadhina yang telah mendukung, menghibur, menjadi tempat bercerita, menguatkan serta memberikan motivasi untuk pantang menyerah.
14. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2020 dan teman satu dosen pembimbing penulis.
15. Teman-teman rumah termasuk teman anggota Karang Taruna, serta teman SMP dan SMA penulis, yang sudah ikut memberikan semangat dan mendoakan penulis demi kelancaran proses pengerjaan skripsi ini.

16. Orang-orang yang pernah singgah dan menemani hari-hari penulis, yang telah memberikan makna ataupun pelajaran hidup tentang rasa syukur dan ikhlas.
17. Scarlett Whitening dan member EXO sebagai inspirasi penulis dalam melakukan penelitian ini dan idola penulis sekaligus motivasi dalam melakukan penelitian ini.
18. Seluruh member NCT 127, NCT Dream dan WayV yang telah menjadi idola dan moodboster penulis. Terima kasih sudah memberikan motivasi lewat perjuangan dan karya-karya kalian.
19. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih sudah banyak membantu dan mendoakan penulis.
20. Terakhir, kepada diri saya sendiri, Neila Faradilla Cahyani. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walaupun sering merasa putus asa atas apa yang sedang diusahakan dan pencapaian yang belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau bangkit dan tidak lelah mencoba, terima kasih karena memutuskan untuk tidak menyerah. Sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini kamu telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Neila.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat serta pengetahuan baru bagi para pembaca maupun publik di luar sana.

Jakarta, 30 Januari 2023



Neila Faradilla Cahyani

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Neila Faradilla Cahyani

NPM : 203516516246

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional hak bebas royalti noneksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Image* Produk Scarlett Whitening (Survei pada *Meet and Greet Scarlett EXO Glow to You*)”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan namanya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Januari 2024

Yang menyatakan



Neila Faradilla Cahyani

*Karya Ilmiah: karya akhir, makalah non seminar, laporan kerja praktek, laporan magang, karya profesi dan karya spesialis

ABSTRAK

Nama : Neila Faradilla Cahyani

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Pengaruh *Event Marketing* Terhadap *Brand Image* Produk
Scarlett Whitening (Survei *Meet and Greet* Scarlett EXO
Glow to You)

Pembimbing : Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si.

Banyak cara untuk meningkatkan *brand image* salah satunya adalah melalui *event marketing*. Dalam penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh *event marketing* terhadap *brand image* produk Scarlett Whitening. Sesuai dengan judul yang telah dipaparkan oleh peneliti, peneliti tentunya menggunakan metode penelitian kuantitatif eksplanatif yang melibatkan responden dalam pengisian kuesioner. Ketentuan responden dari penelitian ini merupakan audiens yang pernah mengikut *event meet and greet* Scarlett tersebut yang merupakan fans *boygorup* asal Korea, EXO. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan penyebaran sampel *purposive sampling* yang disebarkan kepada 100 orang responden berdasarkan hasil perhitungan rumus Slovin. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat pengaruh yang positif antara *event marketing* dengan *brand image* produk Scarlett Whitening. Hal tersebut dapat dilihat dari uji analisis koefisien determinasi yang diperoleh peneliti sebesar 0,762. Sehingga dapat dijelaskan bahwa *event marketing* sebagai variabel *independent* memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 76,2% terhadap *brand image* produk Scarlett. Kemudian terdapat faktor lain yang tidak ada pada penelitian ini dalam mempengaruhi *brand image* produk Scarlett Whitening, yaitu sebesar 23,8%.

Kata Kunci:

Event marketing, brand image

ABSTRACT

Name : Neila Faradilla Cahyani

Study Program: Communication Science

Title : The Effect of Event Marketing on The Brand Image of Scarlett
Products (Survey on Meet and Greet Scarlett EXO Glow to You)

Counsellor : Dr. Irfan Fauzi Arief, M.Si.

Many ways to improve brand image one of them is through event marketing. In this study will discuss the effect of event marketing on brand image Scarlett Whitening products. In accordance with the title that has been described by the researcher, the researcher certainly uses an explanatory quantitative research method that involves respondents in filling out questionnaires. Provision of respondents from this study is an audience that has participated in the meet and greet Scarlett event which is a fan of Korean boygroup, EXO. In determining the sample, the researchers used purposive sampling sample spread distributed to 100 respondents based on the calculation of the Slovin formula. Based on the results of the study, there is a positive influence between event marketing and brand image Scarlett Whitening products. It can be seen from the test analysis of the coefficient of determination obtained by researchers at 0.762. So it can be explained that event marketing as an independent variable has a significant effect of 76.2% on the brand image of Scarlett products. Then there are other factors that do not exist in this study in influencing the brand image of Scarlett Whitening products, which amounted to 23.8%.

Keywords:

Event Marketing, Brand Image

DAFTAR ISI

HALAMAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI (KAPRODI).....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN (DEKAN).....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.3 Kerangka Konsep.....	15
2.3.1 <i>Event Marketing</i>	15
2.3.2 <i>Brand Image</i>	18
2.3.3 Produk Scarlett Whitening.....	20
2.3.4 <i>Meet and Greet Scarlett EXO Glow to You</i>	20
2.4 Kerangka Pemikiran.....	21
2.5 Hipotesis	22

BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Metode Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	28
3.5.1 Uji Validitas.....	28
3.5.2 Uji Reliabilitas	30
3.5.3 Statistik Deskriptif	30
3.5.4 Uji Koefisien Korelasi (R).....	31
3.5.5 Uji Regresi Linear Sederhana	32
3.5.6 Uji Hipotesis	33
3.5.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	33
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	33
BAB IV	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Profil Scarlett Whitening	35
4.2 Gambaran Umum <i>Event Scarlett EXO Glow to You</i>	46
4.3 Hasil dan Analisis Penelitian.....	47
4.3.1 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.3.2 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Rentang Usia	48
4.3.3 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Asal Kota	49
4.3.4 Uji Validitas.....	49
4.3.5 Uji Reliabilitas	51
4.3.6 Analisis Variabel <i>Event Marketing</i> (X).....	51
4.3.7 Analisis Variabel <i>Brand Image</i> (Y).....	69
4.3.8 Analisis Uji Regresi Linear Sederhana	78
4.3.9 Analisis Uji Hipotesis (Uji t)	78
4.3.10 Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.3.11 Pembahasan.....	80
BAB V	84
PENUTUP	84

5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN.....		91



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 5 <i>Brand</i> Perawatan Wajah Terlaris di <i>E-Commerce</i>	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	26
Tabel 3.2 Skala Likert.....	27
Tabel 3.3 Nilai-Nilai <i>r Product Moment</i>	29
Tabel 3.4 Kriteria Interpretasi	31
Tabel 3.5 Tingkat Koefisien Korelasi.....	33
Tabel 3.6 <i>Rundown</i> Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Event Marketing</i> (X)	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Brand Image (Y)	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel <i>Event Marketing</i> (X)	51
Tabel 4.5 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 1 (<i>Involvement</i>)	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 2 (<i>Involvement</i>)	55
Tabel 4.7 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 3 (<i>Interaction</i>).....	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 4 (<i>Interaction</i>).....	57
Tabel 4.9 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 5 (<i>Immersion</i>)	59
Tabel 4.10 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 6 (<i>Immersion</i>)	59
Tabel 4.11 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 7 (<i>Intensity</i>).....	61
Tabel 4.12 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 8 (<i>Intensity</i>).....	61
Tabel 4.13 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 9 (<i>Individuality</i>)	63
Tabel 4.14 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 10 (<i>Individuality</i>)	63
Tabel 4.15 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 11 (<i>Innovation</i>)	65
Tabel 4.16 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 12 (<i>Innovation</i>)	66
Tabel 4.17 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 13 (<i>Integrity</i>).....	68
Tabel 4.18 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 14 (<i>Integrity</i>).....	68
Tabel 4.19 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Image</i> (Y).....	69
Tabel 4.20 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 1 (<i>Favoribility</i>).....	71
Tabel 4.21 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 1 (<i>Favoribility</i>)	72

Tabel 4.22 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 3 (<i>Strength/Familiarity</i>).....	73
Tabel 4.23 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 4 (<i>Strength/Familiarity</i>).....	74
Tabel 4.24 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 5 (<i>Uniqueness</i>).....	75
Tabel 4.25 Tanggapan Responden pada Pernyataan Item 6 (<i>Uniqueness</i>).....	76
Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	78
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	79
Tabel 4.28 Hasil Koefisien Determinasi	79
Tabel 4.29 Tingkat Koefisien Korelasi.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Transaksi per-Kategori Produk.....	1
Gambar 1.2 Poster <i>Event Meet and Greet</i> Scarlett EXO	5
Gambar 2.1 Poster <i>Meet and Greet</i> Scarlett EXO	21
Gambar 2.2 <i>Seat</i> Poster <i>Meet and Greet</i> Scarlett EXO.....	21
Gambar 4.1 Logo Scarlett Whitening	35
Gambar 4.2 <i>Body Lotion</i> Scarlett Whitening	36
Gambar 4.3 <i>Body Scrub</i> Scarlett Whitening	37
Gambar 4.4 <i>Shower Scrub</i> Scarlett Whitening	38
Gambar 4.5 <i>Mugwort Mask</i> Scarlett Whitening	40
Gambar 4.6 <i>Gel Mask</i> Scarlett Whitening	40
Gambar 4.7 <i>Facial Cream</i> Scarlett Whitening.....	40
Gambar 4.8 <i>Facial Essence Tomer</i> Scarlett Whitening	42
Gambar 4.9 <i>Facial Serum</i> Scarlett Whitening	43
Gambar 4.10 <i>Facial Wash</i> Scarlett Whitening.....	44
Gambar 4.11 <i>Shampoo & Conditioner</i> Scarlett Whitening.....	45
Gambar 4.12 <i>Meet and Greet</i> Scarlett EXO <i>Glow to You</i>	46
Gambar 4.13 Audiens <i>Meet and Greet</i> Scarlett EXO <i>Glow to You</i>	47
Gambar 4.14 Diagram Identitas Responden (Jenis Kelamin).....	47
Gambar 4.15 Diagram Identitas Responden (Rentang Usia)	48
Gambar 4.16 Diagram Identitas Responden (Asal Kota).....	49

