



ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang dilaksanakan di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman yang berlokasi di Jl Parasamya No. 8, Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *event marketing* pada kegiatan belanja berhadiah di pasar tradisional Kabupaten Sleman. Data yang digunakan adalah data primer melalui *Focus Group Discussion (FGD)* dengan pegawai Disperindag, kemudian dibandingkan dengan teori *Promotional Mix* dan *Event Marketing* melalui 3 dimensi untuk mencapai keberhasilan *event* yaitu hiburan, berani berusaha dan berkesan. Hasil dari penelitian ini telah memenuhi semua dimensi yang terdiri dari *entertainment*, *enterprise* dan *excitement*.

Kata kunci : *event marketing, entertainment, enterprise and excitement.*



ABSTRACT

This research used descriptive qualitative method which located in Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman Jl Parasamya No. 8, Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta. The aim of this reseach was to acknowledge the implementation of event marketing strategy on shopping activities with extra rewards, deals, and coupons in traditional market. The primary data was colected using Focus Group Discussion (FGD) with disperindag employes. And also compared with Promotional Mix and Event Marketing theory using three dimension of event marketing indicators: (1) entertainment; (2) enterprise; and (3) excitement. The results of this study have accomplished all dimensions consisting of event marketing is entertainment, enterprise and excitement

Keywords: event marketing, entertainment, enterprise, excitement