

**PENGARUH *EVENT MARKETING* TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERKULIAH YANG DI
MEDIASI OLEH *BRAND IMAGE*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2018 STIE PGRI
Dewantara Jombang)**

**Oleh:
Chennedy Chartalina Sri Wahyuningrum**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Abd. Rohim, SE., Msi**

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh semakin meningkatnya mahasiswa di STIE PGRI Dewantara Jombang. *Event Marketing* adalah salah satu alat promosi melalui acara-acara yang dapat menarik perhatian masyarakat. *Event marketing* adalah salah satu cara untuk membentuk *brand image*. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *event marketing* terhadap keputusan berkuliah yang di mediasi oleh *brand image* STIE PGRI Dewantara Jombang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 72 mahasiswa yang diambil dengan tehnik *accidental sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *PLS-SEM*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *event marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap *brand image*, *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, *event marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *event marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi oleh *brand image*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah *event marketing* mempengaruhi terbentuknya *brand image*, selanjutnya *brand image* akan mendorong pembentukan keputusan pembelian.

Kata kunci: *Event Marketing, Brand Image, Keputusan Pembelian*