

ABSTRAK

PT Pos Indonesia (Persero) adalah salah satu BUMN pelopor dalam hal jasa pengiriman. PT Pos Indonesia (Persero) menyelenggarakan layanan pos bagi masyarakat baik di dalam maupun di luar wilayah Indonesia. Salah satu produk jasa sebagai bagian dari usahanya adalah menyewakan Gedung atau Auditorium Mas Suharto. Pada bisnis sewa Gedung Auditorium Mas Suharto PT Pos Indonesia (Persero) tidak menunjukkan peningkatan. Selama kurun waktu lima tahun sewa Gedung Auditorium Mas Suharto mengalami penurunan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran Auditorium Mas Suharto, bagaimana ekuitas merek di PT Pos Indonesia dan seberapa besar pengaruh bauran pemasaran Auditorium Mas Suharto terhadap Ekuitas merek PT Pos Indonesia (Persero) Bandung. Metode penelitian yang digunakan yaitu dekriptif verifikatif dengan jumlah event organizer sebanyak 70 perusahaan. Adapun teknik pengolahan data menggunakan regresi linier sederhana uji korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.