

***The Influence of Offline and Digital Media Promotion Strategies, as well as
Event Marketing in Attracting the Interest of Kalibata Plaza Visitors***

By Akhdan Nur Firman

Abstract

Plaza Kalibata is a shopping center in the South Jakarta area. In general, shopping centers or commonly called malls have a strategy to attract visitors. Plaza Kalibata has its own marketing strategy steps to attract shopping visitors, so a problem formulation is formulated according to this research, namely whether offline and digital promotional media strategies, as well as event marketing have an effect on attracting visitors. The purpose of this research is to find out, prove and analyze whether offline and digital promotional media strategies, as well as event marketing have an effect on attracting visitor interest. The population in this research were all visitors or people who had visited Plaza Kalibata. The sample used was 150 visitors. Using the Partial Least Square (PLS) analysis technique with SmartPLS 3.2.9 software. The results obtained show that the variables of offline and digital promotional media, as well as event marketing have a positive and significant influence in attracting the interest of Kalibata Plaza visitors.

Keywords: *offline promotional media, digital promotional media, event marketing, visitor interest*

**Pengaruh Strategi Media Promosi *Offline* Dan Digital, Serta *Event Marketing*
Dalam Menarik Minat Pengunjung Plaza Kalibata**

Oleh Akhdan Nur Firman

Abstrak

Plaza Kalibata adalah salah satu pusat perbelanjaan di kawasan Jakarta Selatan. Pada umumnya pusat perbelanjaan atau biasa disebut mall memiliki strategi untuk menarik pengunjung. Plaza Kalibata memiliki langkah strategi pemasarannya sendiri untuk menarik pengunjung berbelanja, sehingga dirumuskan suatu rumusan masalah yang sesuai dengan penelitian ini yaitu apakah strategi media promosi *offline* dan digital, serta *event marketing* berpengaruh dalam menarik minat pengunjung. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis apakah strategi media promosi *offline* dan digital, serta *event marketing* berpengaruh dalam menarik minat pengunjung. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung atau masyarakat yang pernah berkunjung ke Plaza Kalibata. Sample yang digunakan sebanyak 150 pengunjung. Menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan software *SmartPLS* 3.2.9. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel media promosi *offline* dan digital, serta *event marketing* mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam menarik minat pengunjung Plaza Kalibata.

Kata Kunci: media promosi *offline*, media promosi digital, *event marketing*, minat pengunjung.