



**PENGARUH STRATEGI MEDIA PROMOSI *OFFLINE* DAN  
DIGITAL, SERTA *EVENT MARKETING* DALAM MENARIK  
MINAT PENGUNJUNG PLAZA KALIBATA**

**SKRIPSI**

**AKHDAN NUR FIRMAN 1910111260**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

**2023**



**PENGARUH STRATEGI MEDIA PROMOSI *OFFLINE* DAN  
DIGITAL, SERTA *EVENT MARKETING* DALAM MENARIK  
MINAT PENGUNJUNG PLAZA KALIBATA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**AKHDAN NUR FIRMAN 1910111260**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Akhdan Nur Firman

NIM : 1910111260

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 02 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Akhdan Nur Firman

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,  
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Akhdan Nur Firman  
NIM : 1910111260  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi Saya yang berjudul:

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi Saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Juni 2023

Yang menyatakan,

  
(Akhdan Nur Firman)

# HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

## SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI MEDIA PROMOSI *OFFLINE*, DAN  
DIGITAL, SERTA *EVENT MARKETING* DALAM MENARIK  
MINAT PENGUNJUNG PLAZA KALIBATA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

AKHDAN NUR FIRMAN 1910111260

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 20 Juni  
2023

dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



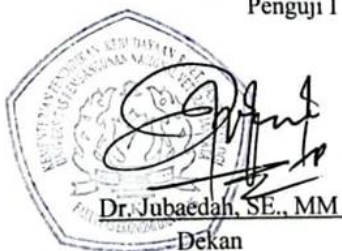
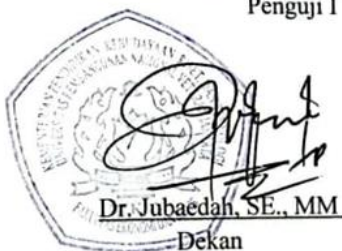
Yuliniar, SE, MM, CPM  
Ketua Penguji



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si  
Penguji I



Dra. Bernadin Dwi M, MM, CPM  
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM  
Dekan



Siti Hidayati, SE., M.M  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 20 Juni 2023

***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.

# BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Selasa, tanggal 20 Juni 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Akhdan Nur Firman

No.Pokok Mahasiswa : 1910111260

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

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

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	1.
2	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota I	2.
3	Dra. Bernadin Dwi, MM	Anggota II **)	3.

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 20 Juni 2023

Mengesahkan  
A.n DEKAN  
Kaprodik Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.



## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Media Promosi Offline Dan Digital, Serta *Event Marketing* Dalam Menarik Minat Pengunjung Plaza Kalibata”**. Pada kesempatan ini juga penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM selaku dekan FEB UPNVJ, Siti Hidayati, SE., MM selaku Kaprodi, Dra. A. Bernadin Dwi M, M.M, CPM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran- saran yang sangat bermanfaat, serta Ibu Ardhiani Fadila, S.ST., M.E. selaku dosen pembimbing akademik.

Disamping itu, penulis ucapan terima kasih kepada Ayah, Ibu serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Tidak lupa penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Bapak Rully Pratama selaku *manager marcomm* beserta orang-orang perusahaan Plaza Kalibata yang banyak membantu dalam memberikan informasi yang bermanfaat bagi penelitian ini, begitu juga untuk Khairunnisa Hasan NIM 2010713010 serta teman-teman sepembimbingan skripsi yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa yang terbaik dalam penulisan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta

Akhdan Nur Firman

## DAFTAR ISI

<u>PERNYATAAN ORISINALITAS</u> .....	i
<u>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</u> .....	iii
<u>Abstract</u> .....	iv
<u>Abstrak</u> .....	v
<u>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</u> .....	vi
<u>PRAKATA</u> .....	vii
<u>DAFTAR ISI</u> .....	viii
<u>DAFTAR TABEL</u> .....	xi
<u>DAFTAR GAMBAR</u> .....	xii
<u>BAB I</u> .....	1
<u>PENDAHULUAN</u> .....	1
<u>1.1 Latar Belakang</u> .....	1
<u>1.2 Rumusan Masalah</u> .....	8
<u>1.3 Tujuan Penelitian</u> .....	8
<u>1.4 Manfaat Penelitian</u> .....	9
<u>BAB II</u> .....	11
<u>TINJAUAN PUSTAKA</u> .....	11
<u>2.1 Landasan Teori</u> .....	11
<u>2.1.1 Pemasaran</u> .....	11
<u>2.1.2 Marketing Communications</u> .....	12
<u>2.1.3 Minat Pengunjung</u> .....	12
<u>2.1.4 Media Promosi Offline</u> .....	14
<u>2.1.5 Media Promosi Digital</u> .....	16
<u>2.1.6 Event Marketing</u> .....	18
<u>2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya</u> .....	20
<u>2.3 Model Penelitian</u> .....	33
<u>2.3.1 Pengaruh Media Promosi Offline Dalam Menarik Minat Pengunjung</u> 34	
<u>2.3.2 Pengaruh Media Promosi Digital Dalam Menarik Minat</u> <u>Mengunjungi</u> .....	34

2.3.3	<u>Pengaruh <i>Event Marketing</i> Dalam Menarik Minat Pengunjung</u> .....	34
2.4	<u>Hipotesis</u> .....	35
<b>BAB III</b>	.....	36
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	36
<b><u>3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel</u></b>	.....	36
3.1.1	<u>Definisi Operasional</u> .....	36
3.1.2	<u>Pengukuran Variabel</u> .....	38
<b><u>3.2 Penentuan Populasi Dan Sample</u></b>	.....	39
3.2.1	<u>Populasi</u> .....	39
3.2.2	<u>Sampel</u> .....	39
<b><u>3.3 Teknik Pengumpulan Data</u></b>	.....	41
3.3.1	<u>Jenis Data</u> .....	41
3.3.2	<u>Sumber Data</u> .....	41
3.3.3	<u>Pengumpulan Data</u> .....	41
<b><u>3.4 Teknik Analisis Data</u></b>	.....	43
3.4.1	<u>Analisis Deskriptif</u> .....	43
3.4.2	<u>Uji Inferensial</u> .....	45
3.4.3	<u>Uji Validitas</u> .....	50
3.4.4	<u>Uji Reliabilitas</u> .....	51
3.4.5	<u>Uji Hipotesis</u> .....	52
<b>BAB IV</b>	.....	55
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	55
<b><u>4.1 Deskripsi Objek Penelitian</u></b>	.....	55
4.1.1	<u>Profil Plaza Kalibata</u> .....	55
<b><u>4.2 Deskripsi Data Penelitian</u></b>	.....	56
4.2.1	<u>Deskripsi Data Responden</u> .....	56
<b><u>4.3 Uji Hipotesis dan Analisis</u></b>	.....	57
4.3.1	<u>Analisis Data Deskriptif</u> .....	57
4.3.2	<u>Analisis Data Inferensial</u> .....	60
<b><u>4.4 Pembahasan</u></b>	.....	68
4.4.1	<u>Pengaruh Media Promosi Offline terhadap Minat Pengunjung</u> .....	68
4.4.2	<u>Pengaruh Media Promosi Digital terhadap Minat Pengunjung</u> .....	69

4.4.3 Pengaruh <i>Event Marketing</i> terhadap Minat Pengunjung .....	70
<b><u>4.5 Keterbatasan Penelitian</u></b> .....	71
<b><u>BAB V</u></b> .....	72
<b><u>SIMPULAN DAN SARAN</u></b> .....	72
<b><u>5.1 Simpulan</u></b> .....	72
<b><u>5.2 Saran</u></b> .....	72
<b><u>DAFTAR PUSTAKA</u></b> .....	74
<b><u>RIWAYAT HIDUP</u></b> .....	78
<b><u>LAMPIRAN</u></b> .....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Sebelumnya .....	29
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....	42
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	42
Tabel 3.4 Peringkat Jawaban Kuisisioner.....	44
Tabel 3.5 Tingkat Realibilitas Nilai <i>cronbach's alpha</i> .....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Persentase Pengunjung Mall.....	2
Gambar 1.2 Persentase Tingkat Sewa Tenant Mall .....	3
Gambar 1.3 Contoh Giant Wallsign Plaza Kalibata .....	4
Gambar 2.1 Model penelitian empiris .....	33
Gambar 3.1 Langkah-langkah PLS .....	46
Gambar 3.2 <i>Inner Model</i> .....	47
Gambar 3.3 <i>Outer Model</i> .....	48
Gambar 3.4 Diagram Jalur .....	49
Gambar 4.1 Outer Model .....	61
Gambar 4.2 Inner Model.....	65