

ABSTRAK

Denny Soegiarto Gunawan

Analisa profil pengunjung pameran CITO Berdasarkan gaya hidup yang diukur dari AIO untuk menciptakan strategi pameran yang efektif

City of Tomorrow Mall adalah salah satu mall yang berada di kawasan Surabaya selatan yang memakai konsep superblok. Selama 2 tahun beroperasi terjadi kenaikan pengunjung dan penyewa pameran yang signifikan. Hal ini tidak terlepas dengan kegiatan promosi khususnya pameran yang diadakan di Cito. Hanya yang menjadi masalah adalah kurang efektifnya pameran dalam menjaring pengunjung dan penyewa pameran yang diinginkan oleh Cito. Permintaan pameran dan kedatangan pengunjung bergantung mengikuti musim yang tren pada saat itu dan juga rendahnya pembelanjaan yang dilakukan pengunjung. Karena itu dibutuhkan untuk mengetahui profile dan strategi yang cocok digunakan dengan memanfaatkan pameran untuk menjaring pengunjung yang diinginkan dan stabil. Penulis menggunakan teori pemasaran, promosi, pameran, perilaku konsumen, gaya hidup untuk menjawab permasalahan yang terjadi

Penulis melakukan penelitian deskriptive kuantitatif melalui metode probability sampling dengan jumlah 100 orang yang adalah pengunjung City of Tomorrow baik pria maupun wanita. Analisa yang digunakan adalah analisa cluster dan tabulasi silang. Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa pengunjung City of Tomorrow terbagi menjadi 3 kelompok cluster

Dari hasil analisis tersebut dirancang strategi untuk meningkatkan efektifitas pameran dengan menyesuaikannya sesuai dengan profil 3 cluster yang terbagi

ABSTRACT

Denny Soegiarto Gunawan

Exhibition visitor profile analysis CITO based on life style that measured from AIO to create effective exhibition strategy

City of tomorrow mall one of [the] mall that reside in area surabaya south that wear concept superblok. During 2 year operate to happen visitor increase and tenant pameran significant. this matter doesn't loose with promotion activity especially exhibition that held at cito. only that be problem less the effective exhibition in fish visitor and desirable exhibition tenant by cito. Exhibition request and arrival visitors inclined fluctuate to follow season tren at that moment as well as the low expenditure that done visitor. therefore wanted to detect profile and what fit used with make use exhibition to fish visitor desirable and stable in per month.

author uses marketing theory, promotion, exhibition, consumer behavior, life style to answer troubleshoot that

author does watchfulness deskriptive quantitative pass method probability sampling with total 100 person which is visitors city of tomorrow good also woman. Analysis that used analysis cluster and cross tabulation. in this watchfulness is author finds that visitor city of tomorrow divided be 3 groups cluster

from analysis result designed strategy to increase efektifitas exhibition with accustom it as according to profile 3 cluster divided

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Maksud dan Tujuan Pengambilan Kasus.....	3
1.4 Manfaat bagi Perusahaan dan Penulis.....	3
1.5 Metodologi Penelitian dan Metode Pengumpulan Data	3
1.5.1 Metodologi Penelitian	3
1.5.2 Metode Pengumpulan Data	4
1.6 Kerangka Penulisan	5
2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	6
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
2.2 Konsep Marketing.....	7
2.3 Pengertian Promosi.....	8
2.3.1 Tujuan Promosi.....	8
2.3.2 Macam – Macam promosi.....	9
2.3.3 Ciri-ciri Sales Promotion.....	10
2.4 Advertising.....	11
2.4.1 Pameran.....	11
2.5 Pengertian Trade Center.....	12
2.5.1 Pengertian anchor tenant.....	22
2.6 Perilaku Konsumen.	23
2.7 Stimulus Konsumen Mall.....	27
2.8 Event.....	28
2.8.1 Kategori dan karakteristik Events	29
2.8.2 Kemampuan Event dalam menarik pengunjung	32
2.9 Konsep Gaya Hidup.	32

2.9.1	Pengertian Gaya Hidup.....	32
2.9.2	Gaya Hidup AIO (Activity, Interest, Opinion).....	33
2.10	Hubungan Antar Konsep.....	34
2.11	Kerangka Pemikiran.....	35
3.	GAMBARAN UMUM CITY OF TOMORROW MALL	36
3.1	Identifikasi Perusahaan.....	36
3.1.1	City Of Tomorrow Surabaya.....	36
3.1.2	Pusat Perbelanjaan dan Lokasi keberadaan CITO Surabaya	37
3.1.3	Kondisi eksisting keberadaan City of Tomorrow	38
3.2	Visi, Misi, Dan Tujuan Perusahaan.....	40
3.3	Kegiatan dan Platform City of Tomorrow Mall.....	40
3.3.1	Produk City Of Tomorrow.....	40
3.3.2	Kebijakan Harga City of Tomorrow dan Cara pembayarannya.	44
3.3.3	Kebijakan Promosi.....	45
3.3.4	Struktur Organisasi City Of Tomorrow.....	48
4.	TEMUAN LAPANGAN DAN ANALISA DATA	
4.1.	Temuan Lapangan.....	49
4.1.1	Kegiatan Promosi di City of Tomorrow	49
4.2.	Analisa Temuan Lapangan.....	51
4.2.1	Analisa Masalah di divisi Pameran.....	51
4.2.2	Analisa Temuan Lapangan Mengenai Pameran.....	52
4.3.	Uji Validitas dan Realibilitas.....	53
4.3.1	Uji Validitas.....	53
4.3.2	Uji Realibilitas.....	55
4.4.	Analisis Distribusi Frekuensi.....	56
4.4.1	Demografi Responden Penelitian.....	56
4.4.2	Analisis Top Bottom Boxes.....	57
4.4.2.1	Aktivitas,Interest,Opinion.....	57
4.5.	Analisis Cluster	59
4.6.	Analisa Crosstabs dan chi-square	64
5.	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan.....	76
5.2.	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		79
LAMPIRAN.....		81

DAFTAR TABEL

2.1	Contoh Dimensi Gaya Hidup (AIO) Pada Pengukuran Psikografik.	34
3.1	Zoning Mall.....	41
3.2	Daftar harga unit.....	44
3.3	Daftar Pembayaran.....	45
4.1	Hasil pengujian Validitas.....	54
4.2	Uji Validitas Ulang Variabel Opini.....	55
4.3	Hasil Pengujian Realibilitas.....	55
4.4	Demografi Responden.....	56
4.5	Tanggapan Responden atas Variabel Aktivitas.....	57
4.6	Tanggapan Responden atas Variabel Interest.....	58
4.7	Tanggapan Responden atas Variabel Opini.....	59
4.8	Hasil Final Cluster Aktivitas.....	61
4.9	Nilai P-value dan chi-square.....	64
4.10	Analisa tipe cluster dengan usia pengunjung Cito.....	65
4.11	Analisa tipe cluster dengan jenis kelamin pengunjung Cito.....	65
4.12	Analisa tipe cluster dengan pekerjaan pengunjung Cito.....	66
4.13	Analisa tipe cluster dengan Status pengunjung Cito.....	66
4.14	Analisa tipe cluster dengan daerah tempat tinggal pengunjung Cito.....	67
4.15	Analisa tipe cluster dengan pendapatan perbulan pengunjung Cito.....	67
4.16	Analisa tipe cluster dengan Hobby pengunjung Cito.....	68
4.17	Analisa tipe cluster dengan berkunjung ke Pameran.	68
4.18	Analisa tipe cluster dengan berkunjung karena Pameran.	69
4.19	Analisa tipe cluster dengan mengetahui pusat perbelanjaan Cito.....	69

4.20	Analisa tipe pengunjung dengan berapa kali ke Cito dalam 3 bulan... ..	70
4.21	Analisa tipe pengunjung dengan siapa berkunjung ke Cito.	70
4.22	Analisa tipe pengunjung dengan waktu yang dihabiskan di Cito..	71
4.23	Analisa tipe pengunjung dengan kendaraan yang digunakan ke Cito.....	71
4.24	Analisa tipe pengunjung dengan berapa barang yang dibeli di Cito.....	72
4.25	Analisa tipe pengunjung dengan pengeluaran selama berada di Cito.	72
4.26	Analisa berkunjung ke pameran dengan bobot perjalanan konsumen terjauh..... ..	72

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Karakteristik dan Special Events.....	31
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	35
3.1.	Struktur Organisasi City of Tomorrow.....	48
4.1	Pameran di Cito tahun 2008 dan 2009.....	50
4.2	Jumlah pengunjung mall selama tahun 2008 dan 2009.....	51
4.3	Dendogram.....	60
4.4	Diagram Pie.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

1 Contoh Kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung City of Tomorrow ...	80
2 Tabel analisa demografi pengunjung City of Tomorrow.....	84
3. Analisa Validitas dan Reliabilitas	85
4. Lampiran deskriptif dari kuesioner mengenai AIO pengunjung CITO.....	88
5. Hasil analisa Cluster pengunjung CITO berdasarkan AIO.....	89
6. Hasil analisa Deskriptif Cluster.....	92
7. Hasil analisa Crosstab.....	95
8. Sekilas lampiran mengenai profil pengunjung Mcd,Pizza,XO suki.....	108
9. Daftar kegiatan promosi dan pameran selama tahun 2008 dan 2009.....	109