

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ichwan Mulya Kesuma

NIM : 20120530065

Konsentrasi : Advertising

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul : “Pengaruh *Awareness* Mengenai *Brand Event* Terhadap Minat
Mengunjungi Mall Lippo Plaza Jogja pada Remaja Yogyakarta”

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip ataupun di rujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak, maka saya bersedia dicabut gelar sarjananya.

Yogyakarta, 3 Desember 2016

Ichwan Mulya Kesuma

HALAMAN PERSEMBAHAN



Butuh waktu yang lama untuk merangkum siapa saja yang selalu mendukung saya dalam karya ini, mengingat terlalu banyak dari kalian semua yang saya anggap sangat berpengaruh untuk karya ini. Sungguh hebat kalian semua sudah membuat saya sampai di detik saya menulis kolom “Persembahan” ini.

Bapak Tri Mulyana, Terimakasih untuk menjadi guru pertama yang mengajarkanku akan kehidupan serta selalu menuntunku untuk bermental baja.

Ibu Harnasih, Terimakasih Kelembutan, Kesabaran, Kesederhanaan serta dirimu yang Qana’ah membuatku selalu bangga telah terlahir dari rahimmu. Engkau akan selalu menjadi wanita terhebat untukku. Terimakasih untuk semuanya Ibu.

Serta kalian...

1. Allah SWT, sang kreator dari segala kreator yang mewujudkan karya ini dan memberikan karunianya tanpa batas.
2. Adik saya tercinta Rezhita Ayu Nintyas dan Dinia Muarifah yang walaupun kita sering ribut, tapi yakin kita saling dukung dan sayang serta saling melindungi.
3. Keluarga besar Eyang Sumitro dan Eyang Sisworujito. Sangat beruntung saya bisa ada di bagian keluarga ini yang banyak memotivasi saya.

4. Rumah Cinta Production yang memberikan beberapa pengalaman berharga bagi saya.
5. Alfian, Dhanta, Didin, Dodok makasih udah mau di repotin bantu nyebar kuesioner tanpa di traktir...
6. Keluarga Cemara versi Madness yang menemani suka duka dan kalian super Gokil . Semoga kalian tetep gokil,sampe akhir hayat.
7. Teman Menggerutu Makasih sudah memberikan malam penuh cerita yang nanti akan di ceritakan lagi.
8. Danilla Riyadi walaupun kita gak kenal tapi lagu anda menemani setiap ketikan skripsi saya.

Terimakasih juga buat semua yang terlibat dan mendukung saya selama kuliah dan penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan semuanya Termikasih.

MOTTO

*“is very easy to be defferent,
but very difficult to be better”*

-Jhonathan Ive-

*“he only way to do great work is to love what you do.
If you haven't found it, keep looking , don't settle”*

-Steve Jobs-

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, syukur Alhamdulillah setingkat lebih tinggi dari puncak untuk kehadiran *illahi rabbi* yang melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dialah Rabb-ku Sang Maha Wahhab tempat aku memohon dalam setiap kerisauan dan Engkau memberikan nikmat disetiap tengadah tangan dan lubuk ini. Demikian pula sholawat serta salam semoga tercurah dan menjadi panutan amal manusia dalam menempuh dan meraih kebahagiaan Dunia dan Akhirat.

Adapun judul skripsi yang telah penulis susun adalah **“Pengaruh *Awareness* Mengenai *Brand Event* Terhadap Minat Mengunjungi Mall Lippo Plaza Jogja pada Remaja Yogyakarta”**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan bagaimana tentang *awareness brand event* terhadap minat berkunjung remaja di kota Yogyakarta.

Skripsi ini disusun guna melengkapi sebagian dari syarat-syarat yang diperlukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom), Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta partisipasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka dari itu dalam

kesempatan ini dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr Bambang Cipto, M.A., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Ali Muhammad, S.IP., M.A., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S. IP., M.Sc., selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UMY dan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bantuan, masukan, arahan, semangat, bimbingan dan pengetahuan serta telah sabar dan banyak meluangkan waktu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.sos, MBA dan ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terimakasih untuk seluruh ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama masa kuliah.
6. Seluruh Staff Lippo Plaza Jogja yang sudah memberikan akses untuk melakukan penelitian ini dan bersedia memberikan data yang peneliti butuhkan.

7. Bapak dan ibu Dinas Catatan Sipil Yogyakarta dan Dinas Perizinan Yogyakarta yang telah membantu memberikan data-data yang penulis butuhkan.
8. Bapak dan ibu Kepala Kecamatan Yogyakarta dan Bapak RT/RW yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
9. Serta semua pihak yang selama ini telah membantu penulis yang tidak dapat penulis satu persatu, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Yogyakarta, 3 Desember 2016

Ichwan Mulya Kesuma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
INTISARI.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Peneitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Teori.....	6
F. Definisi Konseptual.....	16
G. Hipotesis.....	18
H. Metode Penelitian.....	19
BAB II GAMBARAN UMUM LIPPO PLAZA JOGJA.....	29
A. Sejarah Perusahaan.....	29

B. Profil Perusahaan	31
C. Visi dan Misi	32
D. Keunggulan Lippo Plaza Jogja.....	32
E. Peta Lokasi	33
F. Tenant dan Fasilitas di Lippo Plaza Yogyakarta.....	34
G. Demografi Pengunjung	35
H. Struktur Organisasi	35
I. Prosedur yang Berlaku	36
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Responden	38
B. Analisis Deskriptif	42
C. Uji Kualitas Instrumen	47
D. Uji Prasyarat Analisis.....	49
E. Pengujian Hipotesis.....	51
F. Pembahasan.....	54
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Simpulan	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Pengunjung 2015 – 2016	4
Tabel 1.2	Definisi Operasional Variabel <i>Brand Event Awareness</i>	21
Tabel 1.3	Definisi Operasional Variabel Minat Berkunjung	22
Tabel 1.4	Wilayah yang dijadikan sampel	23
Tabel 3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
Tabel 3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kecamatan	41
Tabel 3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	42
Tabel 3.6	Analisis Deskriptif <i>event</i> “Food Truct Attact”	43
Tabel 3.7	Analisis Deskriptif <i>event</i> “Fashion Poisson Market”	44
Tabel 3.8	Analisis Deskriptif <i>event</i> “Universound”	45
Tabel 3.9	Analisis Deskriptif <i>event</i> “Fashion Run Away”	46
Tabel 3.10	Analisis Deskriptif Minat Berkunjung	47
Tabel 3.11	Kategorisasi Variabel Minat Berkunjung	47
Tabel 3.12	Hasil Uji Validitas	48
Tabel 3.13	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 3.14	Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 3.15	Hasil Uji Linieritas	51
Tabel 3.16	Hasil Uji Regresi	52
Tabel 3.17	Hasil Uji Determinasi	5