

***INFLUENCE OF PRODUCT DIFFERENTIATION, PROMOTIONAL MIX
AND LOCATION TOWARDS DECISION TO VISIT AND ATTEND
PAINTING EXHIBITION***

(Case Study: Galeri Nasional Indonesia and Art Gallery Kemang 58)

BY:

**CORRY NATALIA SITUMORANG
43112120352**

ABSTRACT

This research is motivated by current perception of people that think art gallery is a boring place. This challenge a reform in strategy. This research try to answer that by researching the influence of product differentiation, promotional mix and location towards decision to visit and attend painting exhibition. There are 100 samples taken from Galeri Nasional Indonesia and Art Gallery Kemang 58 using purposive sampling.

The result shows that product differentiation and promotion mix each partially insignificant on deciding to visit and attend painting exhibition. There is a positive and significant influence towards decision to visit and attend painting exhibition. Simultaneously, product differentiation, promotional mix and location significantly influence decision to visit and attend painting exhibition.

Keywords: Product Differentiation, Promotion Mix, Location, Decision to Visit and Attend Painting Exhibition, SPSS

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, AKTIVITAS PROMOSI, SERTA
LOKASI PAMERAN TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON DAN
MENGHADIRI PAMERAN LUKISAN
(Studi Kasus Pada Galeri Nasional Indonesia
dan Art Gallery Kemang 58)**

**OLEH:
CORRY NATALIA SITUMORANG
43112120352**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persepsi orang yang menganggap galeri seni lukis merupakan tempat yang membosankan. Tantangan inilah yang membuat diperlukannya perubahan strategi. Untuk itu, penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, aktivitas promosi, serta lokasi pameran terhadap keputusan menonton dan menghadiri pameran lukisan. Digunakan metode kuesioner terhadap 100 orang responden yang menghadiri pameran lukisan di Galeri Nasional Indonesia dan Art Gallery Kemang 58 dengan menggunakan metode *purposive sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel.

Ditemukan bahwa variabel diferensiasi produk dan aktivitas promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menonton dan menghadiri pameran lukisan. Sedangkan pada variabel lokasi pameran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menonton dan menghadiri pameran lukisan. Secara simultan, variabel diferensiasi produk, aktivitas promosi, serta lokasi pameran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menonton dan menghadiri pameran lukisan.

Kata kunci : Diferensiasi Produk, Aktivitas Promosi, Lokasi Pameran, Keputusan Menonton dan Menghadiri Pameran Lukisan, SPSS