



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
Akhmad Saffan
44314120004

Strategi *Event Management* Emporium Pluit Mall Dalam Upaya Mempertahankan Loyalitas Pengunjung
(Studi Kasus Pelaksanaan Event Kids Market tahun 2019)

Bibliografi : 5 Bab 57 hal + Lampiran + 26 Buku + 4 Internet

ABSTRAK

Tugas akhir ini bertujuan untuk menunjukkan peran *event management* dari Emporium Pluit Mall dalam upaya mempertahankan loyalitas pengunjungnya. Latar belakang penulisan tugas akhir ini didasari oleh pengamatan peneliti yang tertarik atas konsep yang digunakan oleh department *Advertising & Promotion* Emporium Pluit Mall dalam menentukan event yang diselenggarakan. Dengan mempelajari budaya dari mayoritas pengunjungnya, Emporium Pluit Mall menciptakan konsep *event Kids Market* yaitu menyediakan wadah bagi para orang tua untuk mendidik buah hatinya dalam belajar berwirausaha sejak dini.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus, yaitu menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan strategi *event management* dari Emporium Pluit Mall. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber dan melalui observasi di lapangan serta kepustakaan berupa buku dan dokumen-dokumen yang berkaitan langsung dengan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Emporium Pluit Mall menggunakan tahapan dalam menyelenggarakan event yaitu Riset dengan melakukan analisis terhadap konsumennya, *Design* (Rancangan) dengan merancang konsep *event* yang berpacu pada hasil riset, *Planning* (Perencanaan) dengan mengakomodir setiap department terkait untuk ikut serta mendukung berlangsungnya *event*, *Coordinating* (Koordinasi) dengan memantapkan tugas individu dari masing-masing tim yang terlibat langsung saat *event* diselenggarakan dan *Evaluations* (Evaluasi) dengan meminta pendapat orang tua peserta melalui formulir survey kepuasan pelanggan dalam mempertahankan loyalitas pengunjungnya.

Kata kunci: *Event Management, Bauran Promosi dan Loyalitas*

ABSTRACT

This final project aims to show the role of the event management of Emporium Pluit Mall in an effort to maintain customer loyalty. The background of this final project writing is based on observations of researchers who are interested in the concept used by the Advertising & Promotion Emporium Pluit Mall department in determining the events held. By learning the culture of the majority of visitors, Emporium Pluit Mall created the concept of the Kids Market event, which provides a place for parents to educate their children in learning entrepreneurship from an early age.

This type of research is qualitative research with a case study method, which uses various data sources that can be used to examine, describe and explain the event management strategy of Emporium Pluit Mall. Research data obtained through in-depth interviews with informants and through field observations and literature in the form of books and documents directly related to research.

The results showed that Emporium Pluit Mall uses stages in organizing events, namely Research by analyzing its customers, Design by designing event concepts that are driven by research results, Planning by accommodating each related department to participate in supporting the event, Coordinating by consolidating the individual tasks of each team directly involved when the event is held and Evaluations by asking the opinions of the participants' parents through the customer satisfaction survey form in maintaining the loyalty of visitors.

Keywords: *Event Management, Promotion Mix and Loyalty*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA