

**PENGARUH EVENT “SHOP ‘TIL U DRIVE” TERHADAP CITRA
PAKUWON MALL PADA MEMBER PG CARD**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Alexsandra Quinezzia Angelina
NRP.1423014067

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2018**

**PENGARUH EVENT “SHOP ‘TIL U DRIVE” TERHADAP CITRA
PAKUWON MALL PADA MEMBER PG CARD**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh:

ALEXSANDRA QUINEZZIA ANGELINA

1423014067

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Aleksandra Quinezzia Angelina

NRP : 1423014067

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

PENGARUH EVENT “SHOP ‘TIL U DRIVE” TERHADAP CITRA PAKUWON MALL PADA MEMBER PG CARD

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 7 Januari 2019



Penulis

Aleksandra Quinezzia Angelina

NRP. 142301406

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH EVENT “SHOP ‘TIL U DRIVE” TERHADAP CITRA PAKUWON MALL PADA MEMBER PG CARD

Oleh:

Alexsandra Quinezzia Angelina

NRP: 1423014067

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos, M.Si.

NIK. 142.09.0647

Pembimbing II : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

NIK. 142.15.0857



Surabaya, 30 November 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada: Rabu, 19 Desember 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dosen Penguji:

- | | | |
|---------------|--|--|
| 1. Ketua | : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si. |  |
| | NIK. 142.10.0659 | |
| 2. Sekretaris | : Theresia Intan P. H., S.Sos., M.I.Kom. |  |
| | NIK. 142.10.0651 | |
| 3. Anggota | : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. |  |
| | NIK. 142.09.0647 | |
| 4. Anggota | : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. |  |
| | NIK. 142.15.0846 | |

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Alessandra Quinezzia Angelina

NRP : 1423014067

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul :

PENGARUH EVENT “SHOP ‘TIL U DRIVE” TERHADAP CITRA PAKUWON MALL PADA MEMBER PG CARD

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Januari 2019

Yang menyatakan,



Alessandra Quinezzia Angelina

KATA PERSEMBAHAN

Tiada hal lain yang dapat peneliti ucapkan selain puji syukur atas penyertaan Allah Bapa, Yesus Kristus, dan Roh Kudus selama proses pengerjaan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik. Berbagai hal telah peneliti lalui dalam proses yang cukup panjang mulai dari semester 4, sampai harus cuti di semester 7 hingga akhirnya dapat lanjut ke titik ini. Peneliti juga bersyukur dan mengucapkan terima kasih atas dukungan serta kritik dan saran kepada keluarga, dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, pihak Pakuwon Mall, dan teman-teman terkasih yang memberi dukungan berupa doa, motivasi penyemangat, moral, maupun material sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

“I can do all things through Christ which strengtheneth me”

— Philippians 4:13

“Whatever you are doing, work at it with enthusiasm, as to the Lord and not for people” — Colossians 3:23

Surabaya, 30 November 2018

Alexsandra Quinezzia Angelina

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia dan penyertaan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dari proses mencari fenomena, pengumpulan data, sumber literatur, dan proses bimbingan. Peneliti bersyukur dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul, “Pengaruh *Event Shop* ‘Til U Drive Terhadap Citra Pakuwon Mall Pada Member PG Card”.

Peneliti juga berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan doa, motivasi penyemangat, moral, dan materi kepada peneliti hingga skripsi ini dapat terselesaikan:

1. Kepada Allah Bapa, Yesus Kristus, dan Roh Kudus karena berkat, hikmat, dan kasih karunia-Nya yang menyertai peneliti selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal.
2. Kepada Mami Quinella Jovita dan Meme Euginia Crisiella, yang menjadi motivasi utama peneliti untuk terus berjuang, menyemangati, membiayai, mendukung peneliti dalam berbagai hal agar skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu dan memberikan doa-doa terbaiknya untuk peneliti.
3. Kepada dosen pembimbing Ibu Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. dan Ibu Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. yang dengan sabar membimbing peneliti dan memberi semangat untuk terus cekatan menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada dosen penguji Bapak Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si. dan Ibu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. sebagai dosen penguji yang telah memberikan masukan dan pengetahuannya untuk melengkapi penelitian ini dan membimbing proses revisi sehingga skripsi ini selesai.

5. Kepada seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang memperlancar proses penyusunan skripsi ini sampai akhirnya peneliti dapat mengikuti sidang dan mengumpulkan hasil revisi.
6. Kepada pihak Pakuwon Mall Surabaya, terutama Ibu Dian Apriliana Dewi dan Bapak Johan Andriansyah Kurniawan yang berkenan membantu peneliti untuk menyempurnakan penelitian ini dengan data-data yang dibutuhkan.
7. Kepada kekasih Victor Prasetyo, yang telah menemani peneliti mengerjakan skripsi setiap malam sampai subuh-subuh, menggojukkan makanan tengah malam, datang jauh-jauh dari Bali untuk menemani sidang, serta memberikan dukungan moral maupun materi dan doa-doa terbaiknya.
8. Kepada teman terkasih Laurent Fransiska, yang telah meluangkan waktunya malam-malam sepulang kuliah S2 untuk membantu dan mengajari peneliti mengerjakan skripsi ini dengan sabar, meminjamkan laptop dan printernya, menemani peneliti *service* printer, serta memberikan dukungan moral maupun materi dan doa-doa terbaiknya.
9. Kepada teman-teman GHIBAH GEREJA dan Connect Group WY 4 & 24: Sharon Hiu, Yuanita Soka, Eva Violina, Ruben Wijaya, Jacksen Purnomo, Stevanus, Clarissa Amelia, Yuko Umezu, Oka Dwijayanto, dan Rahardian Dewa, yang telah membantu mencari buku, memotivasi peneliti, dan memberikan doa-doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Kepada teman-teman NYINYIRZ: Stefany Astrid, Stefhanie Triana, Hellen Yulisabana, Ivone Christin, dan Priskila Audrey, yang telah

membantu mencari buku, memotivasi peneliti, memberikan doa-doanya dan berjuang bersama dari proses Riset sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

11. Kepada teman-teman Fikomers 2014 & 2015 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu mencari buku, memotivasi peneliti, saling bertukar pikiran, memberikan doa-doanya, saling *update* informasi dan berjuang bersama sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Kepada berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh peneliti, yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini dengan memberi semangat dan doa-doa terbaiknya.

Peneliti sadar bahwa ucapan terima kasih saja tidak cukup untuk membalas segala kebaikan yang diberikan. Biarlah kasih karunia Tuhan yang membalasnya. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, maka penulis juga mengucapkan terima kasih atas kritik dan saran yang diberikan untuk perbaikan, serta mohon maaf untuk ketidak sempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat berguna bagi pihak Pakuwon Mall, pembaca, keperluan akademik sebagai referensi, dan peneliti sendiri.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR BAGAN.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
ABSTRAK.....	xx

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	15
I.3 Tujuan Penelitian.....	16
I.4 Batasan Penelitian.....	16
I.5 Manfaat Penelitian.....	16
I.5.1 Manfaat Akademis.....	16
I.5.2 Manfaat Praktis.....	17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Kerangka Teori.....	18
II.1.1 Teori Hubungan antara <i>Event</i> terhadap Citra Perusahaan.....	18

II.1.2 Model Komunikasi dalam <i>Public Relations</i>	19
II.1.3 <i>Event</i>	19
II.1.4 Jenis-Jenis <i>Event</i>	20
II.1.5 Karakteristik <i>Event</i>	23
II.1.6 Citra (<i>image</i>) dan Citra Perusahaan (<i>corporate image</i>).....	25
II.1.7 Elemen Citra Perusahaan.....	27
II.2 Nisbah Antar Konsep.....	32
II.3 Bagan Kerangka Konseptual.....	33
II.4 Hipotesis.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
III.2 Metode.....	35
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	36
III.4 Definisi Konseptual.....	36
III.4.1 <i>Event</i>	36
III.4.2 Citra Perusahaan.....	36
III.5 Definisi Operasional.....	37
III.6 Populasi dan Sampel.....	40
III.6.1 Populasi.....	40
III.6.2 Sampel.....	40
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	40
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	42
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	42
III.9.1 Validitas.....	42
III.9.2 Reliabilitas.....	44
III.10 Teknik Analisis Data.....	45

III.10.1 Analisis Korelasi.....	48
III.10.2 Analisis Regresi.....	49
III.10.3 Uji Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	52
IV.1.1 <i>Member</i> PG Card.....	52
IV.1.2 Gambaran Umum <i>Event</i> “Shop ‘Til U Drive”.....	53
IV.1.3 Profil Pakuwon Mall Surabaya.....	55
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
IV.2.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas <i>Event</i> “Shop ‘Til U Drive”.....	58
IV.2.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Citra Pakuwon Mall.....	60
IV.3 Hasil Penelitian.....	62
IV.3.1 Analisis Tabel Frekuensi.....	62
IV.3.1.1 Identitas Responden.....	62
IV.3.1.1.1 Usia.....	62
IV.3.1.1.2 Jenis Kelamin.....	63
IV.3.1.1.3 Pekerjaan.....	64
IV.3.1.1.4 Pendidikan Terakhir.....	65
IV.3.1.1.5 Pengeluaran per Bulan.....	66
IV.3.1.1.6 Tahun Daftar <i>Member</i> PG Card.....	68
IV.3.1.1.7 Frekuensi Kehadiran <i>Event</i>	69
IV.3.1.2 Interval Pengukuran <i>Event</i>	70
IV.3.1.3 Deskripsi Variabel X (Pelaksanaan <i>Event</i> “Shop ‘Til U Drive” oleh Pakuwon Mall Surabaya.....	71
IV.3.1.3.1 Keunikan.....	71

IV.3.1.3.2 <i>Perishability</i>	75
IV.3.1.3.3 <i>Intangibility</i>	78
IV.3.1.3.4 Suasana dan Pelayanan.....	81
IV.3.1.3.5 Interaksi Personal.....	88
IV.3.1.4 Deskripsi Hasil Variabel X (<i>Event</i>).....	92
IV.3.1.5 Interval Pengukuran Citra Perusahaan.....	93
IV.3.1.6 Deskripsi Variabel Y (Pengukuran Citra Perusahaan Pakuwon Mall).....	94
IV.3.1.6.1 <i>Primarry Impression</i>	94
IV.3.1.6.2 <i>Familiarity</i>	98
IV.3.1.6.3 <i>Perception</i>	102
IV.3.1.6.4 <i>Preference</i>	105
IV.3.1.6.5 <i>Position</i>	107
IV.3.1.7 Deskripsi Hasil Variabel Y (Citra Perusahaan).....	109
IV.3.2 Analisis Korelasi.....	110
IV.3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	111
IV.3.4 Uji Hipotesis.....	113
IV.3.5 Analisis Tabulasi Silang.....	113
IV.3.5.1 Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Event</i>	114
IV.3.5.2 Tabulasi Silang Identitas Responden dengan Citra Perusahaan.....	121
IV.3.5.3 Tabulasi Silang <i>Event</i> dengan Citra Perusahaan.....	126
IV.4 Pembahasan.....	127

BAB V PENUTUP

V.1 Kesimpulan.....	130
V.2 Saran.....	131
V.2.1 Saran Akademis.....	131
V.2.2 Saran Praktis.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN.....	137

DAFTAR TABEL

IV.1 Hasil Pengujian Validitas <i>Event</i>	58
IV.2 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Event</i>	60
IV.3 Hasil Pengujian Validitas Citra Perusahaan.....	60
IV.4 Hasil Pengujian Reliabilitas Citra Perusahaan.....	61
IV.5 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	62
IV.6 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
IV.7 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
IV.8 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
IV.9 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	66
IV.10 Identitas Responden Berdasarkan Tahun Daftar <i>Member PG Card</i> ...	68
IV.11 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Kehadiran <i>Event</i>	69
IV.12 Kategori Skor Interval <i>Event</i>	71
IV.13 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> Berdasarkan Keunikan.....	72
IV.14 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> Berdasarkan <i>Perishability</i>	76
IV.15 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> Berdasarkan <i>Intangibility</i>	78
IV.16 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> Berdasarkan Suasana dan Pelayanan.....	81
IV.17 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> Berdasarkan Interaksi Personal.....	88
IV.18 Hasil Total <i>Event</i>	92
IV.19 Kategori Skor Interval Citra Perusahaan.....	94
IV.20 Deskripsi <i>Primary Impression</i> Mengenai Pakuwon Mall.....	94
IV.21 Deskripsi <i>Familiarity</i> Mengenai Pakuwon Mall.....	99
IV.22 Deskripsi <i>Perception</i> Mengenai Pakuwon Mall.....	102
IV.23 Deskripsi <i>Preference</i> Mengenai Pakuwon Mall.....	105
IV.24 Deskripsi <i>Position</i> Mengenai Pakuwon Mall.....	107
IV.25 Hasil Total Citra Perusahaan.....	109

IV.26 Korelasi Event terhadap Citra Perusahaan.....	110
IV.27 Coefficients Regresi <i>Event</i> terhadap Citra Perusahaan.....	111
IV.28 Model Summary.....	112
IV.29 Tabulasi Silang Usia dengan <i>Event</i>	114
IV.30 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Event</i>	116
IV.31 Tabulasi Silang Pengeluaran per Bulan dengan <i>Event</i>	117
IV.32 Tabulasi Silang Tahun Daftar Member dengan <i>Event</i>	118
IV.33 Tabulasi Silang Kehadiran dengan <i>Event</i>	120
IV.34 Tabulasi Silang Usia dengan Citra Perusahaan.....	121
IV.35 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Citra Perusahaan.....	122
IV.36 Tabulasi Silang Pengeluaran per Bulan dengan Citra Perusahaan...	123
IV.37 Tabulasi Silang Tahun Daftar Member dengan Citra Perusahaan...	124
IV.38 Tabulasi Silang Kehadiran dengan Citra Perusahaan.....	125
IV.39 Tabulasi Silang <i>Event</i> dengan Citra Perusahaan.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Sertifikat Top Property Award 2017 Superblock Pakuwon Mall as The Recognize Mixed Use in Surabaya.....	6
Gambar I.2 Berita mengenai WOW Service Excellence Award 2013 Mark Plus.....	7
Gambar I.3 Contoh poster <i>event</i> “Shop ‘Til U Drive” periode I tahun 2018 di Instagram.....	11
Gambar I.4 <i>Screenshot</i> komentar <i>member</i> PG Card yang datang <i>event</i> “Shop ‘Til U Drive” pada 2 September 2018 lalu.....	13
Gambar IV.1 Kupon Undian “Shop ‘Til U Drive” Tanggal 2 September 2018.....	80
Gambar IV.2 Komentar Pengunjung Mengenai MC, Jalur Jalan Pemenang, dan Tempat Duduk.....	85
Gambar IV.3 Komentar Pengunjung Mengenai Kursi, Sound System, dan LED.....	86
Gambar IV.4 Komentar Pengunjung Mengenai Informasi Hadiah Utama..	87
Gambar IV.5 Poster & Billboard Pengumuman <i>Event</i> “Shop ‘Til U Drive”	90
Gambar IV.6 Salah Satu Pengunjung Menjadi Pengaduk Kupon Undian...	91
Gamabr IV.7 Komentar Beberapa Partisipan <i>Event</i> “Shop ‘Til U Drive” 2 September 2018.....	104
Gambar IV.8 Berita Kemacetan Surabaya Barat.....	108
Gambar IV.9 Postingan <i>Event</i> “Shop ‘Til U Drive” Pakuwon Mall di Instagram.....	115

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1 Model Komunikasi dalam <i>Public Relations</i>	33
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner.....	138
Lampiran 2: Coding Identitas Responden.....	147
Lampiran 3: Coding <i>Event</i>	150
Lampiran 4: Coding Citra Perusahaan.....	154
Lampiran 5: Frekuensi Identitas Responden.....	158
Lampiran 6: Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Event</i>	160
Lampiran 7: Frekuensi Variabel <i>Event</i>	167
Lampiran 8: Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan.....	175
Lampiran 9: Frekuensi Variabel Citra Perusahaan.....	178
Lampiran 10: Uji Korelasi.....	185
Lampiran 11: Uji Regresi Linier Sederhana.....	186
Lampiran 12: Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Event</i>	187
Lampiran 13: Tabulasi Silang Identitas Responden dengan Citra Perusahaan.....	190

ABSTRAK

Alexsandra Quinezzia Angelina. NRP 1423014067. Pengaruh *Event* “Shop ‘Til U Drive” Terhadap Citra Pakuwon Mall Pada *Member* PG Card.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *event* “Shop ‘Til U Drive” terhadap citra Pakuwon Mall pada *member* PG Card. *Event* “Shop ‘Til U Drive” diselenggarakan sejak tahun 2012, namun sampai sekarang masih ada beberapa kendala yang berkaitan dengan pelayanan dari pihak Pakuwon Mall mengenai *event* “Shop ‘Til U Drive” yang meresahkan *member* PG Card. Maka penelitian ini menggunakan karakteristik *event* untuk mengukur kelayakan atau keefektifan *event* “Shop ‘Til U Drive”, yaitu keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana dan pelayanan, serta interaksi personal. Sedangkan untuk mengukur citra Pakuwon Mall pada *member* PG Card positif atau negatif dengan menggunakan elemen citra perusahaan, yaitu *primary impression*, *familiarity*, *perception*, *preference*, dan *position*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatif untuk melihat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Menggunakan metode survei dengan kuisioner sebagai alat pengumpulan data dan pernyataan responden diukur dengan skala likert.

Kata kunci: *Event*, Citra Perusahaan, Shop ‘Til U Drive, Pakuwon Mall, PG Card

ABSTRACT

Alexsandra Quinezzia Angelina. NRP 1423014067. *Influence of "Shop" Til U Drive" Event Against Pakuwon Mall's Image On PG Card Member.*

This research aims to determine the influence of the "Shop 'Til U Drive" event on the image of Pakuwon Mall on PG Card members. The event "Shop 'Til U Drive" was held since 2012, but until now there are still a number of obstacles related to the services of the Pakuwon Mall regarding the "Shop 'Til U Drive" event that troubles PG Card members. So this research uses event characteristics to measure the feasibility or effectiveness of the "Shop 'Til U Drive" event, such as uniqueness, perishability, intangibility, atmosphere and service, and personal interaction. Whereas to measure the image of Pakuwon Mall on PG Card members whether it's positive or negative is by using elements of company image, such as primary impression, familiarity, perception, preference, and position. This research is an explanative quantitative research to see the influence of variable X on variable Y. Using survey methods with questionnaires as a tool for collecting data and respondent statements measured by a Likert scale.

Keywords: Event, Corporate Image, Shop 'Til U Drive, Pakuwon Mall, PG Card