

**Analisis Pengaruh *Word Of Mouth* dan Events Terhadap Sifat Motivasi Pembeli dan Dampak Terhadap Ketertarikan Ritel di Pusat Perbelanjaan Grage Cirebon**

**Ivan Aditya – 1000883795**

**Dicktorio Haryono – 1000885831**

**ABSTRAK**

*Word Of Mouth* dan Events yang diterima dan dinikmati oleh pengunjung memiliki pengaruh yang kecil terhadap Sifat Motivasi Pembeli di Pusat Perbelanjaan Grage Cirebon. Sehingga masih ada variabel – variabel lain yang juga mempengaruhi Intensitas Pengunjung. Oleh sebab itu perlu diketahui seberapa besar pengaruh *Word Of Mouth* dan *Events* terhadap Sifat Motivasi Pembeli. Untuk meneliti hal tersebut digunakan teknik pengambilan sampel *Simpel random sampling*, dimana sampel nya dalam para penyewa ritel yang ada di Pusat Perbelanjaan Grage Cirebon sebanyak 67 ritel. Setelah itu dilakukan analisis jalur (*Path Analysis*) untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* dan *Events* terhadap Sifat Motivasi Pembeli dan dampak terhadap Ketertarikan Ritel di Pusat Perbelanjaan Grage Cirebon. Hasil penelitian diperoleh jika  $Y = 0,210 X_1 + 0,180 X_2 + 0,96\varepsilon_1$  dimana  $R^2 = 0,068$  dan  $Z = -0,130 X_1 - 0,121 X_2 + 0,744 Y + 0,69 \varepsilon_2$  dimana  $R^2 = 0,516$ . Ternyata Sifat Motivasi Pembeli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap ketertarikan ritel di Pusat Perbelanjaan Grage Cirebon. Sehingga Pusat Perbelanjaan Grage sebaiknya tidak hanya fokus terhadap *Events* dan *Word Of Mouth* saja melainkan mencari atau membuat cara lain untuk dapat meningkatkan Sifat Motivasi Pembeli ke Pusat Perbelanjaan Grage Cirebon.

**Kata Kunci :** *Word Of Mouth*, *Events*, Sifat Motivasi Pembeli, Ketertarikan Ritel.