

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang diuraikan pada bab III sebelumnya, maka pada bab IV ini peneliti dapat memberikan kesimpulan serta saran pada pihak-pihak yang berkepentingan.

#### A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa deskripsi tentang faktor – faktor yang berperan dalam kesepakatan negosiasi *event organizer* dalam mendapatkan peserta pameran yang diadakan di Ambarrukmo Plaza adalah sebagai berikut:

1. Gambaran faktor yang berperan dalam negosiasi pameran dapat dilihat melalui hasil olah data bahwa faktor – faktor tersebut yang antara lain waktu persiapan yang memadai; sasaran yang jelas; pengetahuan tentang pokok permasalahan; informasi mengenai lawan negosiasi; strategi negosiasi yang jelas; taktik negosiasi yang tepat; sikap saling menghormati; keterampilan komunikasi; sikap terbuka; sikap konstruktif dalam menangani setiap konflik; kemauan untuk berkompromi sehingga tercipta fleksibilitas yang memuaskan semua pihak; tercapainya hasil dan kesepakatan yang jelas disertai pencatatan; dan kesepakatan yang benar - benar dilaksanakan. Faktor – faktor tersebut ternyata sangat berperan dan tidak dapat ditinggalkan terutama bagi penyelenggara acara. Penyelenggara harus dapat memperhatikan dan mengerti akan segala keperluan yang dibutuhkan kedua belah pihak.

2. Para peserta pameran menganggap bahwa pameran termasuk dalam kategori penting. Peserta pameran menilai bahwa pameran berguna untuk mempromosikan produk perusahaan, peningkatan pemasaran produk perusahaan terutama untuk mendapat keuntungan penjualan.
3. Peserta pameran memperhatikan pihak penyelenggaranya (*event organizer*-nya). Pertimbangan pada *event organiser* ini dilihat dari keterampilan dan pengalaman yang dimiliki *event organizer* pada saat mengadakan *event* pameran, respon pada penanganan komplain dari perusahaan pada *event organizer* selama pameran berlangsung, serta jalinan komunikasi yang dibangun oleh pihak *event organizer* tersebut.
4. Faktor yang dianggap penting dalam sebuah penyelenggaraan pameran adalah negosiasi pameran. Peserta pameran saat hendak mengikuti *event* pameran biasanya melakukan negosiasi terlebih dahulu dengan pihak EO. Hasil penelitian ini menunjukkan peserta pameran menganggap bahwa negosiasi merupakan salah satu proses persiapan untuk ikut serta pada kegiatan pameran, penyelasan keinginan - keinginan serta dengan adanya negosiasi akan mengurangi resiko curiga atas adanya penipuan kerjasama pameran, fasilitas - fasilitas yang akan diperoleh oleh peserta pameran serta negosiasi-negosiasi lain yang berhubungan dengan kepentingan antara perusahaan dengan penyelenggara (*event organizer*).
5. Berdasarkan 13 indikator keberhasilan dalam negosiasi, secara umum diketahui bahwa negosiasi antara peserta pameran dengan EO sudah dapat dikatakan memiliki peran yang penting. Berdasarkan hal tersebut, dengan

demikian pihak EO yang menyelenggarakan pameran “Bangun rumah” telah dapat dikatakan berhasil melakukan negosiasi pameran. Keberhasilan tersebut berguna untuk meyakinkan serta meningkatkan kepercayaan peserta pameran terutama pada resiko yang dimungkinkan dapat terjadi.

6. Berdasarkan tiga faktor yang dianggap penting dalam sebuah pameran dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pameran ternyata memiliki tingkat kepentingan yang paling tinggi, selanjutnya negosiasi pameran dan yang terakhir adalah pihak *event organiser*-nya yang dapat diambil kesimpulan bahwa ketiga faktor tersebut tidak dapat ditinggalkan oleh penyelenggara acara maupun peserta pameran dalam hal ini.
7. Selain itu, penelitian ini juga mendapatkan informasi mengenai prioritas kebutuhan para peserta pameran yakni prioritas kebutuhan nomor satu adalah tema pameran dan harga *stand* pameran, prioritas selanjutnya adalah promosi yang dipakai, lokasi *venue* (tempat pameran) dan keamanan barang pameran, lokasi *stand* pameran, waktu persiapan, fasilitas pameran yang diberikan, sistem pembayaran dan prioritas yang terakhir yakni listrik.

#### **B. Saran**

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor negosiasi ternyata dianggap paling penting kemudian faktor pameran dan yang terakhir adalah pihak *event organiser*-nya. Berdasarkan hal tersebut, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi pihak EO jika ingin menyelenggarakan pameran, sehingga pihak EO sebagai negosiator dapat memilih faktor atau pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan pada saat bernegosiasi.

2. Selanjutnya, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi prioritas paling utama bagi para peserta pameran pada saat mengikuti pameran adalah tema pameran dan harga *stand* pameran. Berdasar hasil tersebut, dengan demikian diharapkan agar pihak EO pada saat akan mengadakan pameran dapat membuat sebuah perencanaan strategi terutama pada saat penyusunan tema pameran hingga penyesuaian harga *stand* dengan target marketnya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wacana baru bagi penyelenggara acara atau EO agar dapat mempersiapkan acara sesuai dengan kebutuhan baik kebutuhan acara maupun kebutuhan peserta acara itu sendiri.
4. Berdasarkan adanya hasil data dari penelitian ini diharapkan bagi perusahaan agar dapat menentukan pameran yang cocok bagi produknya dan dapat memilih pameran yang berkualitas sehingga dapat menaikkan nilai jual produk perusahaan

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro. M.Linggar.2005. Teori Dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azwar, Saifuddin. (2005). Metode Penelitian . Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Brembeck and William S. Howell. 1976.*Persuasion: A Mean of Social Influence*.New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Djaslim Saladin, 2001, “Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian”. Penerbit :Lindakarya, Bandung.
- Hamidi.2007. Metode Penelitian dan Teori Komunikasi. Malang : penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Istijanto. 2005. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Gramedia: Jakarta.
- Jackman, Ann.2005.How to Negotiate,Teknik Sukses Bernegosiasi.Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kertapati, Ton. 1980.*Bunga Rampai Azas-azas Penerangan dan Komunikasi*.Jakarta: Bina Aksara
- Kriyantono, Rachmat. 2008. Riset Komunikasi. Kencana: Jakarta.
- Mulyana, Dedy, 2005, Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prijosaksono, Aribowo Roy Sembel. Negosiasi. The Indonesia Learning Institute, Indonesia. 1999
- Rakhmat, Jalaluddin. 1995.*Metode Penelitian Komunikasi*.Bandung: RemajaRosdakarya
- Sasa Djuarsa S., Teori Komunikasi, Universitas Terbuka, Jakarta. 2003

Sasa Sendjaja, 2002, *Fungsi Komunikasi massa, hand out Pascasarjana Ilmu Komunikasi*, Surakarta: FISIP UNS

Singarimbun, Sofian Effendi. 1987. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : PT New Aqua Press Sudijono, Anas. 2006. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Sugiyono , 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. CV Alfabeta : Bandung

Susanto, Astrid S. 1977 .*Komunikasi dalam teori dan praktek 1*. Bandung : Binacipta

Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi, 1987, *Metode Penelitian Survei*, LP3E

Wasito, Hermawan. 1993. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Gramedia: Jakarta.

Wiryanto, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, Grasindo.

[www@lppm.ac.id](mailto:www@lppm.ac.id)

## LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1. Fax informasi pameran

# BANGUN RUMAH 2012

Kerpena Yn



## PENDAHULUAN

Keindahan Sebuah bangunan rumah itu dilihat dari ornament, bahan baku dan jiwa seni dari arsitek, Konsep maupun ide tidak dapat direalisasikan tanpa menggunakan bahan baku dan citra seni yang tinggi.

Dalam Event Bangun rumah 2012 kali ini digelar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tentang info produk terbaru material building, home interior, interior design, Property perbangkan dll, serta mengaplikasikan sebuah rumah sehingga terbentuk rumah yang diinginkan masyarakat.

Teknologi semakin berkembang, budaya masyarakatpun terus berkembang Ini menjadikan pelaku bisnis semakin kreatif dan inovatif, dalam menciptakan produk – produk sesuai kebutuhan masyarakat. Dalam event pameran kali ini akan menampilkan perusahaan – perusahaan yang berkompeten tentang pembangunan rumah beserta isinya, dengan mengikuti trend 2012.

## Peserta Pameran

Developer , Material Building , Perbankan  
Home Appliance , Home Interior , Sanitary

## Promosi & Publikasi

- Pers Release - Adlibs Radio -  
- Iklan Display - Spanduk -

## WAKTU & TEMPAT

Lokasi : Ground Floor Plaza Ambarukno Yogyakarta  
Tanggal : 19 - 24 Juni 2012  
Pukul : 10.00 - 22.00 WIB

## FASILITAS

STAND VIP  
Karpel - MCB 6A

STAND UTAMA & STANDAR  
Karpel - Partisi Standart  
- Letter Name - Lampu TL  
- MCB 2A -

### MASUK BARANG

Tanggal : 18 Juni 2012  
Pukul : 01.00 - 06.00 WIB

### BONGKAR BARANG

Tanggal : 24 Juni 2012  
Pukul : 22.00 - 06.00 WIB

### Contact Person Marketing

- Desi: 0813 2855 9000 / 0274 - 979 333 - Nuri: 0813 9246 2121 -  
Operasional Event  
- Bowo : 081215 5000 34 / 0274 - 9615584

### Stand VVIP

- Ukuran : 6 x 5m ( 30m<sup>2</sup> )  
- Harga : Rp. 180.000/m/hari  
Selama 6 Hari

### Stand VIP

- Ukuran : 5 x 5m ( 25m<sup>2</sup> )  
- Harga : Rp. 180.000/m/hari  
Selama 6 Hari

### Stand STANDAR B

- Ukuran : 3 x 3m ( 9m<sup>2</sup> )  
- Harga : Rp. 180.000/m/hari  
Selama 6 Hari

### Stand UTAMA

- Ukuran : 3 x 5m ( 15m<sup>2</sup> )  
- Harga : Rp. 180.000/m/hari  
Selama 6 Hari

### Stand STANDAR A

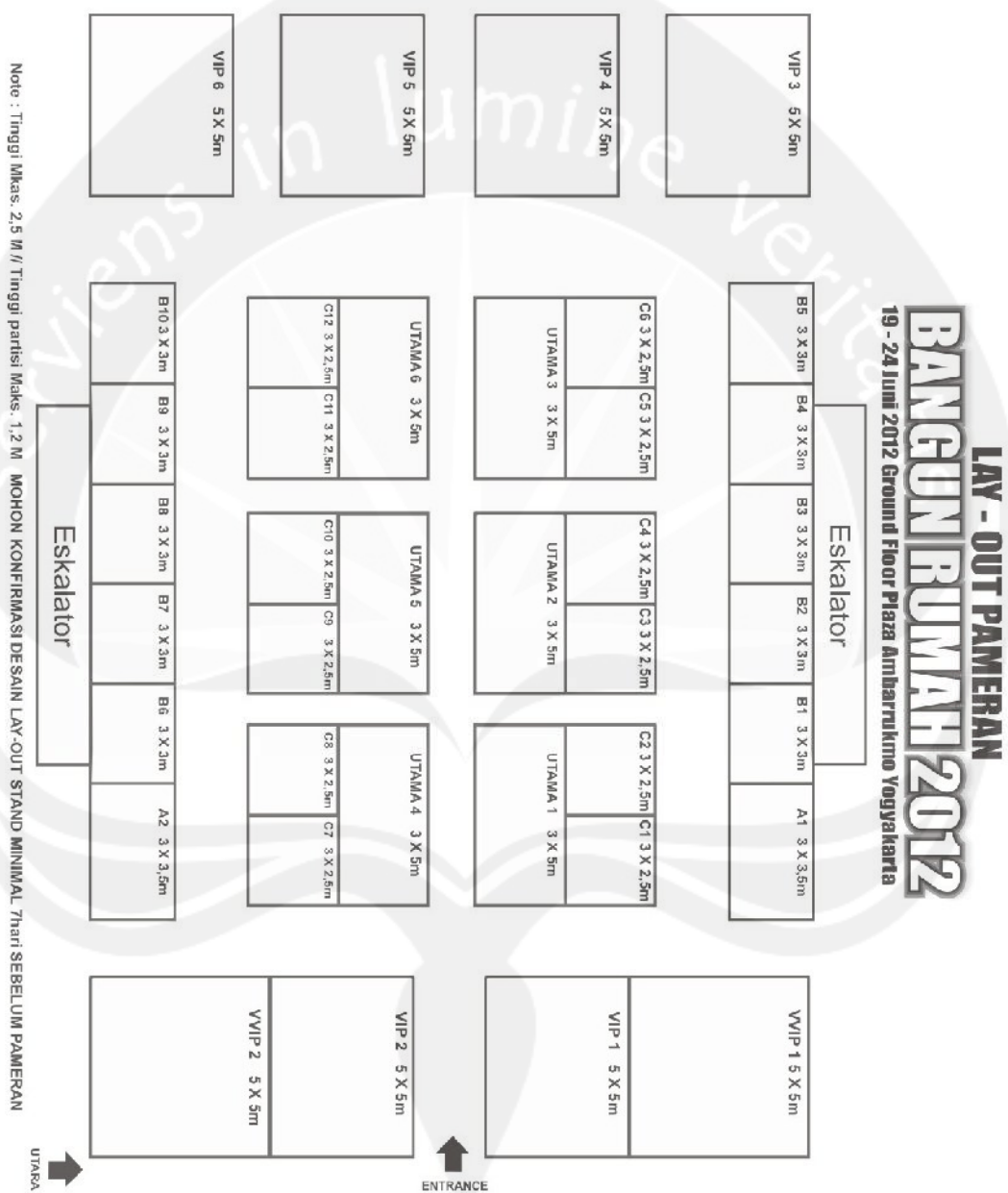
- Ukuran : 3,5 x 3m ( 10,5m<sup>2</sup> )  
- Harga : Rp. 180.000/m/hari  
Selama 6 Hari

### Stand STANDAR C

- Ukuran : 2,5 x 3m ( 7,5m<sup>2</sup> )  
- Harga : Rp. 180.000/m/hari  
Selama 6 Hari

Organized By :  
PT. MAVINDO PRATAMA  
Jl Menur No.7 Baciro Yogyakarta  
Telp 0274 - 511717, 58067 Fax, 0274 - 542940  
E-mail : mav\_indo@yahoo.co.id

## LAMPIRAN 2. Lay Out pameran





### LAMPIRAN 3. Confirmation Order Mavindo

<b>CONFIRMATION ORDER</b>	<b>EXHIBITION</b>
NPWP. 02. 034 - 804. 1 - 541. 000	<b>PROMOTION</b>
	<b>MANAGEMENT</b>

**No.01962**

Nama Perusahaan \_\_\_\_\_  
 Alamat Kantor \_\_\_\_\_  
 Penanggung Jawab \_\_\_\_\_ Hp \_\_\_\_\_  
 Telepon \_\_\_\_\_ Faximile \_\_\_\_\_  
 E-mail \_\_\_\_\_

Menyatakan ikut serta pada event pameran yang diselenggarakan oleh **PT. MAVINDO PRATAMA** pada :

Event \_\_\_\_\_  
 Tanggal \_\_\_\_\_  
 Lokasi \_\_\_\_\_  
 Ukuran Stand \_\_\_\_\_ No. Stand \_\_\_\_\_

Nama yang ditulis pada Company Name \_\_\_\_\_

<b>Biaya</b>	
Harga	=Rp _____
Fasilitas Tambahan	=Rp _____
<b>Total Biaya</b>	<b>=Rp _____</b>

<b>Sistem pembayaran</b>	
Uang Muka/DP	=Rp _____
Pelunasan	=Rp _____

**Kesepakatan tertentu**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Demikian order ini kami isi sebagai pedoman bersama, dengan mematuhi ketentuan dan tata tertib dari penyelenggara serta semua yang diisikan dalam formulir ini menjadi kesepakatan bersama dan apabila ada hal - hal yang tercantum ataupun perubahan yang perlu, maka dapat dilakukan kesepakatan ulang.

Pembayaran via transfer:  
**PT MAVINDO PRATAMA.**  
**BANK MANDIRI**  
 Cab: Katamso No Rek 137.000.460.401.9  
**BANK BCA**  
 Cab: Mangkubum No Rek 1260423131

Menyetujui,  
**PT. MAVINDO PRATAMA**

Peserta,  
\_\_\_\_\_

Matera

\*Keterampilan dan tata tertib peserta tertera dalam dihalaman selanjutnya

# MAVINDO 2000

## KETENTUAN PESERTA PAMERAN

1. Peserta wajib membayar Down Payment sebagai tanda jadi kepesertaan sebesar minimal 50% dari nilai kontrak yang telah disepakati dengan pihak penyelenggara dan melunasi paling lambat 3 hari sebelum acara pameran dimulai.
2. Bagi peserta yang tidak memenuhi ketentuan No.1 dianggap mengundurkan diri tidak diperkenankan memasuki arena pameran pada H-1 untuk melakukan setting kecuali dengan ijin pihak penyelenggara dengan melalui kesepakatan tambahan.
3. Peserta yang membatalkan keikutsertaan, atas semua pembayaran yang telah diberikan kepada pihak penyelenggara tidak dapat ditarik kembali. Dan apabila peserta membatalkan kontrak secara sepihak dan belum memberikan pembayaran nilai kontrak / Down Payment akan dikenakan sanksi pembayaran 50% dari nilai kontrak yang telah disepakati/ditanda tangani.
4. Penyelenggara berhak membatalkan kepesertaan peserta bila tidak dapat memenuhi perjanjian yang sudah disepakati dan semua pembayaran yang telah diberikan akan dikembalikan sebesar 50%.
5. Peserta tidak dibenarkan membagi/menjual space stand kepada pihak lain tanpa memberitahukan kepada pihak penyelenggara.
6. Dalam keadaan yang tidak diinginkan atau FORCE MAJOR yang menyebabkan batal/tertundanya penyelenggaraan pameran, maka peserta tidak berhak melakukan penuntutan kepada pihak penyelenggara. Tetapi pihak peserta berhak meminta kembali semua biaya yang telah dibayarkan kepada pihak penyelenggara.
7. Peserta dapat memesan tempat pameran dengan batas pemesanan maksimal 3 hari.
8. Keterlambatan pembayaran/pelunasan dikenakan biaya 1% dari nilai kontrak/hari.
9. Peserta tidak diijinkan memamerkan produk diluar kesepakatan.
10. Penyelenggara berhak membatalkan/mengeluarkan peserta bila terjadi hal-hal yang telah disepakati diilanggar oleh peserta.
11. Daya listrik yang diberikan oleh penyelenggara akan disesuaikan dengan ukuran stand dan kesepakatan antara penyelenggara dan penyewa stand. Penambahan Daya listrik peserta harus diberitahukan kepada panitia terlebih dahulu dan akan dikenai biaya tambahan.
12. Perubahan dari gambar rencana stand yang dilaksanakan harus mendapat persetujuan tertulis dari pihak penyelenggara.

## TATA TERTIB ACARA PAMERAN

1. Peserta pameran (penjaga stand) harus sudah siap dilokasi pameran setengah jam sebelum operasional Mal serta harus mempergunakan tanda peserta. (Tanda peserta akan diberikan oleh pihak penyelenggara).
2. Peserta pameran diwajibkan menjaga kebersihan lingkungan stand, baik sebelum pameran maupun jam operasional.
3. Peserta pameran diwajibkan melapor pada pihak penyelenggara jika ingin memasukan maupun mengeluarkan barang-barang pendukung stand pameran sehari sebelumnya.
4. Peserta pameran diwajibkan mengisi Check List barang sebelum pameran tutup dan mengecek barang-barang sebelum jam operasional.
5. Peserta pameran dilarang meninggalkan barang berharga (Uang/HP/Tas/Dll) setelah jam operasional gedung selesai/tutup.
6. Peserta pameran diijinkan menyebarkan brosur sebatas promosi produknya sendiri di area stand pameran masing-masing selama pameran berlangsung.
7. Peserta pameran supaya mengatur tata suara yang dipergunakan sesuai dengan standar dari gedung.
8. Tidak diperbolehkan mempergunakan barang-barang berupa mesin yang dapat mengeluarkan asap dan bau pada saat pameran berlangsung.
9. Peserta pameran diwajibkan menutup barang-barang yang berada di stand dengan kain penutup pada saat selesai jam operasional gedung selesai/tutup serta mengunci lemari/rak jika menggunakan lemari/rak.
10. Pihak-pihak yang bertanggung jawab selama dalam pelaksanaan pameran adalah sebagai berikut:
  - o Keamanan dan pihak peserta pameran : pukul 09.00 wib s/d 21.00 wib (Dalam hal ini pihak penyelenggara tidak bertanggung jawab terhadap kehilangan dalam bentuk apapun).
  - o Keamanan dan pihak penyelenggara : pukul 21.00 wib s/d 09.00 wib (Dalam hal ini pihak penyelenggara akan melakukan investigasi terlebih dahulu dan berkoordinasi dengan pihak keamanan (Security Mal) untuk pembuktian lebih lanjut)

## CATATAN

- o Hal-hal lain yang belum tercantum dalam lembar ini dapat ditanyakan kepada pihak penyelenggara
- o Hal-hal yang bersifat teknis seperti jadwal setting, dekorasi, dll akan diberitahukan oleh penyelenggara atau bila dianggap penting akan dilakukan technical meeting.

PT MAVINDO PRATAMA Jl. Menur No.7 Baciro, YOGYAKARTA -55226- INDONESIA

Tlp. 0274-511717, 560676, Fax. 0274-542940 E-mail: mav\_indo@yahoo.co.id

**LAMPIRAN 4. Checklist barang**

	EXHIBITION contractor
	PROMOTION gathering
<b>CEK LIST BARANG</b>	LAUNCHING SPG IKLAN Phone Market
	Phone Market EVENT MANAGEMENT

Nama \_\_\_\_\_  
 Posisi \_\_\_\_\_  
 Nama Perusahaan \_\_\_\_\_  
 Alamat \_\_\_\_\_  
 Jenis Usaha \_\_\_\_\_  
 Tema Pameran \_\_\_\_\_

NO	JENIS BARANG	JUMLAH	NO	JENIS BARANG	JUMLAH

.....20.....

Panitia \_\_\_\_\_

Keamanan \_\_\_\_\_

Peserta \_\_\_\_\_

Pesan & Kesan \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**PT. MAVINDO PRATAMA**    Jl. Manar No. 7 Balcro, YOGYAKARTA - 55226 - INDONESIA. Telp. 0274-511717. 550076. Fax. 0274-542940 email: hotline@mavindo.com Website: www.mavindo.com

Jl. Erlangga Barat VII No. 8 SEMARANG - INDONESIA. Telp. 024-8451528 Fax. 024-8451527 email: mav\_smg@mavindo.com website: www.mavindo.com

## LAMPIRAN 5. Hasil olah data Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	41	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	41	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir1	12.12	1.960	.428	.674
Butir2	12.29	1.862	.518	.624
Butir3	12.78	1.626	.643	.539
Butir4	12.85	1.778	.393	.710

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.68	2.922	1.709	4

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	41	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	41	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir5	14.93	5.370	.512	.703
Butir6	15.37	4.438	.621	.648
Butir7	15.80	3.711	.400	.805
Butir8	14.90	4.540	.673	.637
Butir9	15.39	5.094	.549	.687

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19.10	6.790	2.606	5

**Reliability****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	41	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	41	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	17

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir10	59.88	22.360	.381	.714
Butir11	59.71	23.262	.176	.728
Butir12	60.56	19.752	.614	.685
Butir13	59.63	22.338	.369	.715
Butir14	60.07	19.420	.576	.686
Butir15	60.05	19.898	.700	.680
Butir16	60.07	22.670	.239	.724
Butir17	60.05	22.448	.334	.717
Butir18	61.71	27.362	-.393	.804
Butir19	61.83	26.445	-.317	.790
Butir20	60.54	20.855	.642	.692
Butir21	60.44	20.602	.566	.694
Butir22	60.49	20.706	.534	.696
Butir23	60.39	21.094	.425	.706
Butir24	60.54	20.855	.388	.710
Butir25	59.85	20.778	.551	.696
Butir26	60.15	22.178	.439	.711

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
64.12	24.360	4.936	17

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	41	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	41	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	14

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir10	50.76	27.889	.275	.871
Butir12	51.44	25.402	.480	.863
Butir13	50.51	27.706	.298	.870
Butir14	50.95	23.748	.627	.854
Butir15	50.93	24.720	.685	.851
Butir16	50.95	27.448	.284	.871
Butir17	50.93	27.120	.400	.866
Butir20	51.41	25.449	.689	.853
Butir21	51.32	24.572	.707	.850
Butir22	51.37	24.488	.706	.850
Butir23	51.27	24.651	.626	.854
Butir24	51.41	24.199	.593	.856
Butir25	50.73	25.651	.545	.859
Butir26	51.02	27.274	.415	.865

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
55.00	29.550	5.436	14

## Frequencies

**Pameran berperan penting bagi perusahaan Anda untuk mempromosikan produk perusahaan.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	1	2.4	2.4	2.4
Setuju	16	39.0	39.0	41.5
Sangat Setuju	24	58.5	58.5	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**Produk perusahaan Anda sesuai dengan tema pameran "Bangun Rumah".**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	1	2.4	2.4	2.4
Setuju	23	56.1	56.1	58.5
Sangat Setuju	17	41.5	41.5	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**Pameran "Bangun Rumah" berpengaruh pada peningkatan pemasaran produk perusahaan Anda.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	9	22.0	22.0	22.0
Setuju	27	65.9	65.9	87.8
Sangat Setuju	5	12.2	12.2	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**Perusahaan mendapat keuntungan dari jual beli produk ketika mengikuti pameran.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	13	31.7	31.7	31.7
Setuju	22	53.7	53.7	85.4
Sangat Setuju	6	14.6	14.6	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**Pameran diadakan oleh EO yang memiliki keterampilan mengadakan event pameran.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	2	4.9	4.9	4.9
Setuju	30	73.2	73.2	78.0
Sangat Setuju	9	22.0	22.0	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**Pihak EO merespon dengan cepat atas komplain dari perusahaan Anda selama pameran berlangsung.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	4.9	4.9	4.9
Ragu-ragu	11	26.8	26.8	31.7
Setuju	24	58.5	58.5	90.2
Sangat Setuju	4	9.8	9.8	100.0
Total	41	100.0	100.0	



**Menurut Anda, pihak EO bertanggung jawab terhadap peserta pameran dengan tidak meninggalkan tempat pameran.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	9.8	9.8	9.8
	Tidak Setuju	4	9.8	9.8	19.5
	Ragu-ragu	15	36.6	36.6	56.1
	Setuju	12	29.3	29.3	85.4
	Sangat Setuju	6	14.6	14.6	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Menurut Anda, pihak penyelenggara adalah EO yang berpengalaman mengadakan event pameran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	5	12.2	12.2	12.2
	Setuju	23	56.1	56.1	68.3
	Sangat Setuju	13	31.7	31.7	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Diluar acara pameran 'Bangun Rumah', pihak EO selalu menjalin komunikasi dengan perusahaan Anda.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	14	34.1	34.1	34.1
	Setuju	25	61.0	61.0	95.1
	Sangat Setuju	2	4.9	4.9	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Menurut Anda, negosiasi memiliki arti penting dalam proses persiapan untuk ikut serta pada kegiatan pameran.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	1	2.4	2.4	2.4
	Setuju	29	70.7	70.7	73.2
	Sangat Setuju	11	26.8	26.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Perusahaan Anda merasa bahwa semua keinginan dalam pameran disetujui oleh EO pada saat negosiasi mengenai pameran "Bangun Rumah".**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	7.3	7.3	7.3
Ragu-ragu	15	36.6	36.6	43.9
Setuju	20	48.8	48.8	92.7
Sangat Setuju	3	7.3	7.3	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**Dengan negosiasi, mengurangi resiko curiga atas adanya penipuan kerjasama pameran.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	21	51.2	51.2	51.2
Sangat Setuju	20	48.8	48.8	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**Perusahaan diberikan waktu persiapan yang cukup untuk mempersiapkan "loading in" atau persiapan stand pameran .**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	4.9	4.9	4.9
Ragu-ragu	7	17.1	17.1	22.0
Setuju	19	46.3	46.3	68.3
Sangat Setuju	13	31.7	31.7	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**Pihak EO dapat menjelaskan dengan detail informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan Anda sehubungan dengan pameran "Bangun Rumah"**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	7	17.1	17.1	17.1
Setuju	24	58.5	58.5	75.6
Sangat Setuju	10	24.4	24.4	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**EO mengerti akan keperluan fasilitas listrik yang dibutuhkan dari perusahaan sehubungan pameran 'Bangun Rumah'.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2.4	2.4	2.4
	Ragu-ragu	3	7.3	7.3	9.8
	Setuju	30	73.2	73.2	82.9
	Sangat Setuju	7	17.1	17.1	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Pihak EO bernegosiasi dengan sikap yang sopan kepada perusahaan Anda.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	4	9.8	9.8	9.8
	Setuju	30	73.2	73.2	82.9
	Sangat Setuju	7	17.1	17.1	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Respon pihak EO sesuai dengan keinginan perusahaan Anda didalam proses negosiasi.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	18	43.9	43.9	43.9
	Setuju	22	53.7	53.7	97.6
	Sangat Setuju	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Pihak EO memberikan informasi mengenai pameran "Bangun Rumah" sesuai dengan kenyataan yang terjadi pada saat pameran berlangsung.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2.4	2.4	2.4
	Ragu-ragu	14	34.1	34.1	36.6
	Setuju	23	56.1	56.1	92.7
	Sangat Setuju	3	7.3	7.3	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**EO memberikan solusi - solusi untuk menghasilkan kesepakatan pada saat negosiasi dengan perusahaan Anda.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	19	46.3	46.3	46.3
	Setuju	18	43.9	43.9	90.2
	Sangat Setuju	4	9.8	9.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Pihak EO mau melakukan tawar menawar usulan dalam proses negosiasi.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	17	41.5	41.5	41.5
	Setuju	18	43.9	43.9	85.4
	Sangat Setuju	6	14.6	14.6	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Menurut Anda, hasil dari negosiasi pameran 'Bangun Rumah' menghasilkan kesepakatan yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang terjadi sebenarnya di pameran.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	7.3	7.3	7.3
	Ragu-ragu	16	39.0	39.0	46.3
	Setuju	17	41.5	41.5	87.8
	Sangat Setuju	5	12.2	12.2	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Perusahaan Anda merasa aman dengan adanya kesepakatan yang dibuat dalam bentuk Surat Perjanjian Kerjasama**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2.4	2.4	2.4
	Ragu-ragu	1	2.4	2.4	4.9
	Setuju	25	61.0	61.0	65.9
	Sangat Setuju	14	34.1	34.1	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Perusahaan Anda merasa puas bekerjasama dengan EO selama mengikuti pameran "Bangun Rumah"**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	5	12.2	12.2	12.2
	Setuju	32	78.0	78.0	90.2
	Sangat Setuju	4	9.8	9.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Harga stand pameran.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	31.7	31.7	31.7
	2	12	29.3	29.3	61.0
	3	4	9.8	9.8	70.7
	4	2	4.9	4.9	75.6
	5	3	7.3	7.3	82.9
	6	5	12.2	12.2	95.1
	7	1	2.4	2.4	97.6
	8	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Lokasi venue (tempat pameran).**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	7.3	7.3	7.3
	2	7	17.1	17.1	24.4
	3	8	19.5	19.5	43.9
	4	7	17.1	17.1	61.0
	5	5	12.2	12.2	73.2
	6	1	2.4	2.4	75.6
	7	4	9.8	9.8	85.4
	8	2	4.9	4.9	90.2
	9	4	9.8	9.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Lokasi stand pameran.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	12.2	12.2	12.2
	4	16	39.0	39.0	51.2
	5	10	24.4	24.4	75.6
	6	6	14.6	14.6	90.2
	7	1	2.4	2.4	92.7
	8	2	4.9	4.9	97.6
	9	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Fasilitas pameran yang diberikan.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	2.4	2.4	2.4
	4	4	9.8	9.8	12.2
	5	1	2.4	2.4	14.6
	6	6	14.6	14.6	29.3
	7	9	22.0	22.0	51.2
	8	9	22.0	22.0	73.2
	9	5	12.2	12.2	85.4
	10	6	14.6	14.6	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Sistem pembayaran.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	14.6	14.6	14.6
	4	1	2.4	2.4	17.1
	5	2	4.9	4.9	22.0
	6	1	2.4	2.4	24.4
	7	4	9.8	9.8	34.1
	8	13	31.7	31.7	65.9
	9	11	26.8	26.8	92.7
	10	3	7.3	7.3	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Keamanan barang pameran.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	19.5	19.5	19.5
	4	5	12.2	12.2	31.7
	5	3	7.3	7.3	39.0
	6	7	17.1	17.1	56.1
	7	4	9.8	9.8	65.9
	8	5	12.2	12.2	78.0
	9	6	14.6	14.6	92.7
	10	3	7.3	7.3	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Waktu persiapan.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	4.9	4.9	4.9
	2	1	2.4	2.4	7.3
	3	1	2.4	2.4	9.8
	4	5	12.2	12.2	22.0
	5	9	22.0	22.0	43.9
	6	6	14.6	14.6	58.5
	7	8	19.5	19.5	78.0
	8	1	2.4	2.4	80.5
	9	4	9.8	9.8	90.2
	10	4	9.8	9.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Listrik.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.4	2.4	2.4
	5	6	14.6	14.6	17.1
	6	3	7.3	7.3	24.4
	7	5	12.2	12.2	36.6
	8	5	12.2	12.2	48.8
	9	7	17.1	17.1	65.9
	10	14	34.1	34.1	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

**Tema pameran.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	15	36.6	36.6	36.6
2	13	31.7	31.7	68.3
3	6	14.6	14.6	82.9
7	1	2.4	2.4	85.4
9	1	2.4	2.4	87.8
10	5	12.2	12.2	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**Promosi yang digunakan.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	7.3	7.3	7.3
2	8	19.5	19.5	26.8
3	8	19.5	19.5	46.3
4	1	2.4	2.4	48.8
5	2	4.9	4.9	53.7
6	6	14.6	14.6	68.3
7	4	9.8	9.8	78.0
8	3	7.3	7.3	85.4
9	2	4.9	4.9	90.2
10	4	9.8	9.8	100.0
Total	41	100.0	100.0	

**Descriptives****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pameran	41	3.00	5.00	4.1707	.42734
Event organizer	41	2.40	4.80	3.8195	.52116
Negoisasi pameran	41	3.21	4.71	3.9286	.38829
Valid N (listwise)	41				



**LAMPIRAN 6. KUISONER**

<b>KUISONER</b>	
<p><b>Pameran yang bertempat di Atrium Ambarrukmo Plaza adalah pameran yang memiliki jadwal tetap. Kuisoner ini dibuat oleh peneliti yang saat ini sedang meneliti mengenai faktor – faktor yang berperan dalam pencapaian kesepakatan negosiasi <i>event organizer</i> (EO) dalam mendapatkan klien pameran. Peneliti merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang saat ini sedang dalam proses skripsi sebagai syarat akhir kelulusan. Data dalam kuisoner ini dirahasiakan dan digunakan hanya untuk keperluan penelitian ini saja sehingga keamanan data terjamin. Peneliti meminta kesediaan bapak/ibu untuk memberikan informasi yang diperlukan melalui pertanyaan dalam kuisoner dan menjawab sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan oleh bapak/ibu. Atas perhatian dan kerjasama bapak/ibu, peneliti mengucapkan terima kasih.</b></p>	
<b>I. INFORMASI RESPONDEN</b>	
<b>Nama</b>	<b>:</b>
<b>Jabatan</b>	<b>:</b>
<b>Perusahaan</b>	<b>:</b>
<b>Bidang Usaha</b>	<b>:</b>

Isilah kolom – kolom dibawah ini dengan tanda $\checkmark$ sesuai dengan pilihan bapak/ibu						
(5)Sangat Setuju, (4)Setuju, (3)Ragu-ragu, (2)Tidak Setuju, (1)Sangat Tidak Setuju						
NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	TS	ST S
<b>II. PAMERAN</b>						
1	Pameran berperan penting bagi perusahaan Anda untuk mempromosikan produk perusahaan.					
2	Produk perusahaan Anda sesuai dengan tema pameran “Bangun Rumah”.					
3	Pameran “Bangun Rumah” berpengaruh pada peningkatan pemasaran produk perusahaan Anda.					
4	Perusahaan mendapat keuntungan dari jual beli produk ketika mengikuti pameran.					
<b>III. EVENT ORGANIZER (EO)</b>						
5	Pameran diadakan oleh EO yang memiliki keterampilan mengadakan <i>event</i> pameran.					
6	Pihak EO merespon dengan cepat atas komplain dari perusahaan Anda selama pameran berlangsung.					

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	TS	STS
7	Menurut Anda, pihak EO bertanggung jawab terhadap peserta pameran dengan tidak meninggalkan tempat pameran.					
8	Menurut Anda, pihak penyelenggara adalah EO yang berpengalaman mengadakan <i>event</i> pameran					
9	Diluar acara pameran 'Bangun Rumah', pihak EO selalu menjalin komunikasi dengan perusahaan Anda.					
<b>IV. NEGOSIASI PAMERAN</b>						
10	Menurut Anda, negosiasi memiliki arti penting dalam proses persiapan untuk ikut serta pada kegiatan pameran.					
11	Perusahaan Anda merasa perlu melakukan negosiasi dengan pihak EO sebelum pameran berlangsung.					
12	Perusahaan Anda merasa bahwa semua keinginan dalam pameran disetujui oleh EO pada saat negosiasi mengenai pameran "Bangun Rumah".					

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	TS	STS
13	Dengan negosiasi, mengurangi resiko curiga atas adanya penipuan kerjasama pameran.					
14	Perusahaan diberikan waktu persiapan yang cukup untuk mempersiapkan "loading in" atau persiapan stand pameran .					
15	Pihak EO dapat menjelaskan dengan detail informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan Anda sehubungan dengan pameran "Bangun Rumah"					
16	EO mengerti akan keperluan fasilitas listrik yang dibutuhkan dari perusahaan sehubungan pameran 'Bangun Rumah'.					
17	Pihak EO bernegosiasi dengan sikap yang sopan kepada perusahaan Anda.					
18	Pihak EO mengabaikan segala protes yang diberikan dari perusahaan Anda.					
19	Perusahaan Anda merasa terpaksa melakukan negosiasi dengan EO.					
20	Respon pihak EO sesuai dengan keinginan perusahaan Anda didalam proses negosiasi.					

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	TS	STS
21	Pihak EO memberikan informasi mengenai pameran “Bangun Rumah” sesuai dengan kenyataan yang terjadi pada saat pameran berlangsung.					
22	EO memberikan solusi – solusi untuk menghasilkan kesepakatan pada saat negosiasi dengan perusahaan Anda.					
23	Pihak EO mau melakukan tawar menawar usulan dalam proses negosiasi.					
24	Menurut Anda, hasil dari negosiasi pameran ‘Bangun Rumah’ menghasilkan kesepakatan yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang terjadi sebenarnya di pameran.					
25	Perusahaan Anda merasa aman dengan adanya kesepakatan yang dibuat dalam bentuk Surat Perjanjian Kerjasama					
26	Perusahaan Anda merasa puas bekerjasama dengan EO selama mengikuti pameran ”Bangun Rumah’					

## V. PRIORITAS KEBUTUHAN PESERTA PAMERAN

Pada pertanyaan berikut ini, responden diharap menjawab pertanyaan sesuai dengan perintah jawaban yang diberikan. Pertanyaan berikut menanyakan mengenai prioritas kebutuhan dari peserta pameran. Jawaban diurutkan menurut kebutuhan yang paling prioritas mulai dari no. 1-10.

Pertanyaan : "Hal - hal apa saja yang dibutuhkan peserta pameran untuk mempersiapkan pameran ?"

NO	KEBUTUHAN	JAWABAN
1	Harga <i>stand</i> pameran.	
2	Lokasi <i>venue</i> (tempat pameran).	
3	Lokasi <i>stand</i> pameran.	
4	Fasilitas pameran yang diberikan.	
5	Sistem pembayaran.	
6	Keamanan barang pameran.	
7	Waktu persiapan.	
8	Listrik.	
9	Tema pameran.	
10	Promosi yang digunakan.	