ABSTRAK

Rizka Ewinda, B36211094, 2015. Korelasi Antara Image Brand Royal Plaza dengan Gaya Komunikasi Remaja di Royal Plaza. Skripsi Program Studi llmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Image, Brand, Gaya Komunikasi, Remaja

Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: (1) Apakah ada Korelasi Antara Image Brand Royal Plaza dengan Gaya Komunikasi Remaja di Royal Plaza (Studi Mall Surabaya Selatan), (2) Sejauh mana tingkat Korelasi Antara Image Brand Royal Plaza dengan Gaya Komunikasi Remaja di Royal Plaza (Studi Mall Surabaya Selatan).

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode penelitian kuantitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai gaya komunikasi remaja yang ada di Royal Plaza Surabaya. Kemudian data tersebut dianalisis secara kritis dengan teori brand image Keller, sehingga diperoleh makna yang mendalam tentang image brand Royal Plaza tersebut.

Dari basil penelitian ini ditemukan bahwa (1) Berdasarkan perhitungan melalui regresi linear sederhana dapat diketahui bahwa dalam uji hipotesis menolak hipotesis nihil (Ho) dan menerima Hipotesis kerja (Ha) dengan secor t hitung (74,708) dan t tabel (2,55). Dengan demikian ada korelasi antara brand image mall (Royal Plaza Surabaya) dengan pilihan gaya hidup remaja. (2) Besaran tingkat korelasi antara variabel X dan variabel Y dapat diketahui melalui rumus koefisien korelasi dengan metode product moment dengan perhitungan t hitung (74,708) > t tabel (2,55). Hasil ini jika dimasukkan dalam koefisien korelasi dapat diketahui tingkat korelasi yang sangat kuat dengan perolehan 0,9913.

Bertitik tolak dari penelitian ini, beberapa saran yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan (1) Pihak Mall Royal Plaza dapat terus memperhatikan dan mengikuti perkembangan dan kebutuhan gaya hidup dari pengunjung remaja, (2) Selain untuk image Royal Plaza, remaja harusnya dapat menempatkan diri di lingkungan sekitar agar tidak terjadi *kecolongan* sikap yang menjadi tolak ukur pengunjung lainnya, (3) Sebagai penelitian yang mungkin perlu untuk ditindak lanjuti lagi untuk penelitian berikutnya, karena objek yang peneliti teliti ini cukup menarik untuk dilakukan penelitian ulang dan masih banyak yang perlu di eksplor untuk objek ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id