



**PENGARUH *EVENT* “ROADSHOW KAMPUS SHOPEE” TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PT. SHOPEE INTERNASIONAL
INDONESIA**

**(Survei Seller Shopee pada *Event* “RoadShow Kampus Shopee” di Plaza
Senayan Jakarta)**

SKRIPSI

**MUHAMMAD ARMADIVA ISKANDAR
1310411187**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017



**PENGARUH *EVENT* “ROADSHOW KAMPUS SHOPEE” TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PT. SHOPEE INTERNASIONAL
INDONESIA**

**(Survei Seller Shopee pada *Event* “RoadShow Kampus Shopee” di Plaza
Senayan Jakarta)**

SKRIPSI

**Ditujukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi**

**MUHAMMAD ARMADIVA ISKANDAR
1310411187**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Armadiva Iskandar

NRP : 1310411187

Tanggal : 14 Juli 2017

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut, dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 Juli 2017

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a green postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila logo at the top, the text 'METERAI TEMPEL' and '5000' in large numbers, and 'Rp. 5000' and 'RUMAH KEMAHKAMARAN' at the bottom. A serial number 'KMD 02 EF 148248646' is also visible on the stamp.

(Muhammad Armadiva Iskandar)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan “Nasional” Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Armadiva Iskandar
NRP : 1310411187
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royaltie Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PENGARUH PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM PROGRAM BROADCASTING CLASS TERHADAP BRAND AWARENESS KELAS PENYIAR INDONESIA (SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @KELASPENYIAR_ID)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 25 Juli 2017

Yang Menyatakan,




(Muhammad Armadiva Iskandar)

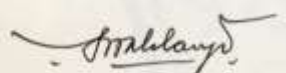
PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :
Nama : Muhammad Armadiva Iskandar
NRP : 131.0411.159
Program Studi : Ilmu Komunikasi – *Public Relations*
Judul : Pengaruh *Event “Roadshow Kampus Shopee”* Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Shopee Internasional Indonesia (Survei *Seller* Pada *Event “Roadshow Kampus Shopee”* di Plaza Senayan Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyarafan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jakarta.

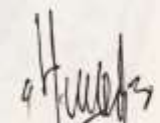


Damayanti, S.Sos, M.Si
Ketua Penguji



Dr. Sumardi Dahlan, M.S

Penguji I



Drs. Aan Setiadarma, M.Si
Penguji II



Damayanti, S.Sos, M.Si
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 14 Juli 2017

PENGARUH EVENT “ROADSHOW KAMPUS SHOPEE” TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA

Muhammad Armadiva I.

Abstrak

Latar belakang penelitian ini berawal dari PT Shopee Internasional Indonesia membuat *Event “Roadshow Kampus Shopee”* bagi para *seller* shopee yang bertempat di Plaza Senayan Jakarta yang bertujuan untuk membuat perbedaan dan bersaing dengan aplikasi *online shop* lain. Event merupakan suatu peristiwa atau khas yang berlangsung dan dirancang secara khusus dalam program acara kehumasan yang dikaitkan dengan *event* tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh *Event “Roadshow Kampus Shopee”* terhadap Loyalitas Pelanggan PT Shopee Internasional Indonesia dalam mengikuti event tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian eksplanatif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan metode survey, dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah *seller* shopee yang mengikuti *Event “Roadshow Kampus Shopee”*. Penarikan sampel menggunakan teknik *Accidental Stratified Sampling* dan di ukur dengan rumus Slovin yang menghasilkan sampel berjumlah 75 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di dapatkan t hitung (8,614) \geq t table (1,658) maka dapat di ketahui H_0 di tolak dan H_a diterima (berpengaruh). Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh event “roadshow kampus shopee” terhadap loyalitas pelanggan untuk meningkatkan loyalitas *seller* shopee (survey *seller* shopee pada event “roadshow kampus shopee” di plaza senayan Jakarta). Sedangkan hasil koefisien regresi sebesar 0,713 sehingga dapat dikatakan semakin besar Pengaruh Event “Roadshow Kampus Shopee” maka semakin tinggi Loyalitas Pelanggan PT Shopee Internasional Indonesia. Dengan adanya penelitian ini maka disarankan PT Shopee Internasional Indonesia lebih meningkatkan dalam hal publikasi untuk mengadakan *Event “Roadshow Kampus Shopee”* selanjutnya.

Kata Kunci :Event “Roadshow Kampus Shopee”.

EFFECT OF EVENT "ROADSHOW CAMPUS SHOPEE" TO CUSTOMER LOYALTY PT SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA

Muhammad Armadiva I.

Abstract

The background of this research originated from PT Shopee Internasional Indonesia made the " Roadshow Kampus Shopee " event for seller shopee located at Plaza Senayan Jakarta which aims to make a difference and compete with other online shop application. The event is an event or unique that takes place and is designed specifically in the public relations program that is associated with a particular even. The purpose of this research is to measure how much influence of "Roadshow Kampus Shopee" event to Customer Loyalty of PT Shopee Internasional Indonesia in following the event. This research was conducted with quantitative approach and explanative type of research. Data collection was done by conducting survey method, with data collection instrument in the form of questionnaire. The sample in this research was seller shopee who participated in "Campus Shopee Roadshow". Samples were collected using Accidental Stratified Sampling technique and measured by Slovin formula which resulted in 75 respondents. The results of this research showed that obtained t arithmetic r arithmetic $(8,614) \geq r$ table (1.658) then it can be known H_0 at rejected and H_a accepted (influential. Thus it can be concluded there is a significant influence between the influence of "campus shopee roadshow" to customer loyalty to increase seller shopee's loyalty (seller shopee survey on "Roadshow Kampus Shopee" event in Plaza Senayan Jakarta). While the regression coefficient results of 0.713 so it can be said the greater the influence of Event "Campus Shopee Campus" then the higher Customer Loyalty PT Shopee Internasional Indonesia. With this research, it is suggested that PT Shopee International Indonesia further improve in terms of publication to hold "Roadshow Kampus Shopee" event soon.

Keywords: Event "Shopee Campus Roadshow".

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat sehat yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Judul yang penulis ambil adalah "Pengaruh Event "Roadshow Kampus Shopee" Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Shopee Internasional Indonesia (Survei Seller Shopee Pada Event "Roadshow Kampus Shopee" Di Plaza Senayan Jakarta)". Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kelancaran proses pelaksanaan kegiatan ini dan secara khusus penulis ucapkan terimakasih kepada Drs. Aan Setiadarma, M.Si dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang bermanfaat.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada ayah dan ibu serta seluruh keluarga yang tiada henti memberikan semangat dan doanya kepada peneliti. Peneliti juga mengucapkan kepada teman-teman yang membantu dalam penulisan skripsi. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan khususnya bagi mahasiswa/I Public Relations untuk dijadikan referensi.

Jakarta, 16 Juni 2017



Muhammad Armadiva I.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN TEORITIS	
II.1 Konsep Teori	8
II.1.1 Komunikasi	8
II.1.2 Teori Public Relations	9
II.1.3 Eksternal Public Relations.....	10

II.1.4 Definisi Marketing PR.....	11
II.1.5 Tujuan Marketing Public Relations.....	11
II.1.6 Customer Relations Management.....	12
II.2 Definisi Konsep	15
II.2.1Event “Roadshow”	15
II.3 Loyalitas Pelanggan	16
II.3.1 Kelekatan.....	17
II.4 Kerangka Berfikir	17
II.5 Kerangka Berfikir	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
III.1 Pendekatan Penelitian	19
III.2 Populasi dan Sampel	19
III.2.1 Populasi	19
III.2.2 Sampel.....	20
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
III.3.1 Kuesioner	21
III.3.2 Studi Dokumentasi dan Literatur	22
III.4 Operasionalisasi Konsep	22
III.5 Teknik Analisis Data.....	24
III.6 Pre Test	25
III.6.1 Uji Validitas	25
III.6.2 Uji Reliabilitas	27
III.6.3 Uji Korelasi	28
III.6.4 Uji Regresi	29
III.7 Uji Hipotesis	30
III.8 Waktu dan Tempat Penelitian	31
BAB IV PEMBAHASAN	
IV.1 Sejarah PT.Shopee Internasional Indonesia.....	32

IV.1.1 Visi dan Misi PT. Shopee Internasional Indonesia.....	34
IV.1.2 Profil Gensindo	35
IV.2 Analisis Penelitian	35
IV.2.1 Karakteristik Responden.....	36
IV.2.2 Variabel X (Event “Roadshow Kampus Shopee”)	38
IV.2.3 Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	43
IV.2.4 Analisis Event “Roadshow Kampus Shopee”	48
IV.2.5 Analisis Loyalitas Pelanggan.....	49
IV.3 Analisis Inferensial	51
IV.3.1 Uji Koefisien Korelasi	51
IV.3.2 Koefisien Determinasi	51
IV.3.3 Uji Hipotesis	52
IV.3.4 Uji Regresi	53
IV.4 Pembahasan Penelitian	55
BAB V PENUTUP	
V.1 Kesimpulan	57
V.2 Saran.....	57
Daftar Pustaka.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Event “Roadshow Kampus Shopee”	4
Tabel 2	Skala Likert	22
Tabel 3	Operasional Variabel Konsep (Variabel X dan Y).....	22
Tabel 4	Uji Validitas X.....	26
Tabel 5	Uji Validitas Y.....	27
Tabel 6	Uji Reliabilitas Variabel X.....	28
Tabel 7	Uji Reliabilitas Variabel Y.....	28
Tabel 8	Tahapan Kegiatan	31
Tabel 9	Jenis Kelamin.....	36
Tabel 10	Usia Responden.....	36
Tabel 11	Pekerjaan.....	37
Tabel 12	Penghasilam.....	37
Tabel 13	Pernyataan X1.....	38
Tabel 14	Pernyataan X2.....	39
Tabel 15	Pernyataan X3.....	39
Tabel 16	Pernyataan X4.....	40
Tabel 17	Pernyataan X5.....	40
Tabel 18	Pernyataan X6.....	41
Tabel 19	Pernyataan X7.....	41
Tabel 20	Pernyataan X8.....	42
Tabel 21	Pernyataan X9.....	42
Tabel 22	Pernyataan Y1.....	43
Tabel 23	Pernyataan Y2.....	43
Tabel 24	Pernyataan Y3.....	44

Tabel 25	Pernyataan Y4.....	44
Tabel 26	Pernyataan Y5.....	45
Tabel 27	Pernyataan Y6.....	45
Tabel 28	Pernyataan Y7.....	46
Tabel 29	Pernyataan Y8.....	46
Tabel 30	Pernyataan Y9.....	47
Tabel 31	Pernyataan Y10.....	47
Tabel 32	Penilaian Event “Roadshow Kampus Shopee”.....	49
Tabel 33	Penilaian Loyalitas Pelanggan.....	50
Tabel 34	Uji Korelasi.....	51
Tabel 35	Uji Determinasi.....	52
Tabel 36	Uji Regresi.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar1	Logo Shopee.....	3
Gambar1.2	Kerangka Berfikir.....	17
Gambar1.3	Aplikasi Shopee.....	33
Gambar1.4	Event Roadshow Kampus Shopee Di Plaza Senayan.....	34
Gambar1.5	Struktur Organisasi.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Riwayat Hidup
Lampiran 2	A2.2
Lampiran 3	A5
Lampiran 4	Surat Permohonan Riset
Lampiran 5	Surat Keterangan Riset
Lampiran 6	Kuisisioner
Lampiran 7	Data Variabel X
Lampiran 8	Data Variabel Y
Lampiran 9	t Tabel
Lampiran 10	r Tabel
Lampiran 11	Kartu Hasil Studi
Lampiran 12	Transkrip Keuangan
Lampiran 13	Sertifikat TOEFL
Lampiran 14	Surat Keterangan Bebas Perpustakaan
Lampiran 15	Ijazah SMA
Lampiran 16	Sertifikat Outbound
Lampiran 17	Daftar Kehadiran seminar proposal/ skripsi
Lampiran 18	Dokumentasi