

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 r hitung $(8,614) \geq r$ 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".