Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

PENGARUH *EVENT* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*

(Survei pada Para Undangan *Event Diamond Talk* di Frank & Co Jakarta Tahun 2016)

SKRIPSI

Dibuat Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Cindy Laurencia Halim

13140110250

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang,12 April 2017

(Cindy Laurencia Halim)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

"Pengaruh *Event* terhadap *Customer Loyalty*

(Survei pada Para Undangan *Event Diamond Talk* di Frank & co Jakarta tahun 2016)"

oleh

Cindy Laurencia Halim

telah diujikan pada hari Jumat,28 April 2017, pukul 10.00 s.d. 11.30 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

(Inco Hary Perdana,M.Si.)

Penguji Ahli

(Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.)

Dosen Pembimbing

(Calvin Eko Hadi Saputro,S.E.,M.M)

Disahkan Oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Inco Hary Perdana,M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tujan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan kepada peneliti sehingga skripsi yang berjudul "Pengaruh *Event* terhadap *Customer Loyalty* (Survei pada Para Undangan *Event Diamond Talk* di Frank & co Jakarta Tahun 2016" dapat diselesaikan dengan tepat waktu pada semester delapan. Skripsi ini diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi..

Dalam proses menyelesaikan skripsi, penulis tak luput dari bantuan-bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak baik dalam hal moril ataupun materil. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Calvin Eko Hadi Saputro,S.E.,M.,M ,sebagai pembimbing skripsi yang selalu memberikan masukan dan semangat.
2. Dr. M Kresna Noer, M.Si. yang telah membimbing peneliti dalam menyusun bagian pengolahan data.
3. Inco Hary Perdana, sebagai Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, yang telah memberikan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
4. Para customer undangan *event diamond talk* Frank & co sebagai responden dalam penelitian ini.
5. Orangtua, kakak, dan saudara peneliti yang telah memberikan doa serta dukungan kepada peneliti selama menyelesaikan skripsi.

6. Nico konsetta yang telah memberikan dukungan berupa doa, cinta kasih dan juga semangat kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi.
7. Juliana dan Sagita yang telah menjadi teman seperjuangan dalam proses penyelesaian skripsi.
8. Calvin, Bastian, Caroline, dan Joanna yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
9. Catharine, Margareth, Mariana, Kimbe yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
10. Teman-teman dari sekolah minggu D'Fun day yang telah memberikan kecerian dan hiburan kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi.
11. Teman-teman mahasiswa *Public Relations* 2013 yang telah memberikan semangat serta dukungan dalam penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik ataupun saran dari pembaca untuk membantu penulis menjadi lebih baik lagi di kemudian hari. Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna dan menjadi inspirasi bagi pembaca.

Tangerang, 12 April 2017

Cindy Laurencia Halim

PENGARUH *EVENT* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*

(Survei pada Para Undangan Event Diamond Talk di Frank & co Jakarta Tahun 2016)

ABSTRAK

Oleh: Cindy Laurencia Halim

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya mengetahui *customer loyalty* dalam menjalankan bisnis. *Customer loyalty* dapat diukur dari seberapa sering orang membeli produk kita, menikmati jasa yang kita tawarkan, merekomendasikan kepada teman dan juga kebal terhadap tarikan dari pesaing.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori/konsep dari Getz. Teori/konsep ini mengungkapkan bahwa *event* adalah perpaduan untuk dari *duration*, *setting,management* dan juga *people*. Metodologi dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kapada 58 responden. Teknik pengambilan sample menggunakan cara sensus atau sampel jenuh. Hasil dalam penelitian ini menunjukan adanya pengaruh antara *event diamond talk* terhadap *customer loyalty* sebanyak 6,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadikan inspirasi bagi pembaca dan menjadi sumber referensi utuk penelitian selanjutnya.

Kata kunci: *Event* , *Customer loyalty*, *duration*, *setting*, *management*, *people*

THE INFLUENCE OF *EVENT* ON *CUSTOMER LOYALTY*

(Survey On Invited Guests at Diamond Talk Event by Frank & Co Jakarta in 2016)

ABSTRACT

by Cindy Laurencia Halim

This dissertation is inspired by the importance of understanding *customer loyalty* in the administration of a successful business. *Customer loyalty* can generally be evaluated through several factors including: frequency of purchase, satisfaction of service, recommendation to future buyers and degree of appeal of competitors.

The hypothesis applied in this research follows Donald Getz's theory of *event* – an integration between duration, setting, management and people. The techniques used within this paper comprise quantitative study followed by explanatory and evaluative reasoning. Data was collected through distributions of questionnaires to 58 respondents. Samples were collected based on sensus. The conclusion of this study shows that the *diamond talk event* was responsible to 6.8% change in *customer loyalty* while the remaining were due to other common factors.

This paper is expected to provide inspiration to readers while it may also be used as a reference for further researches.

Keywords: *event, customer loyalty, duration, setting, management, people*