



**PENGARUH KEGIATAN TRAINING GRATIS
PADA PT. SCHNEIDER INDONESIA
TERHADAP KEPUASAN DISTRIBUTOR**

Disusun Oleh :

MARGARETHA SITINDAON

44308110052

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2012



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Kegiatan Training Gratis Pada PT. Schneider Indonesia
Terhadap Kepuasan Distributor**

Nama : MARGARETHA
NIM : 44308110052

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 26 Maret 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Yoyoh Hereyah M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Kegiatan Training Gratis Pada PT. Schneider Indonesia Terhadap Kepuasan Distributor**
Nama : MARGARETHA
NIM : 44308110052
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 26 Maret 2013

1. Ketua Sidang

Santa Margaretha Niken. S.Sos, Msi.

()

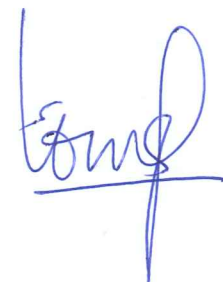
2. Penguji Ahli

Berliani Arda. SE, Msi.

()

3. Pembimbing

Dra. Yoyoh Hereyah M.Si

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Kegiatan Training Gratis Pada PT. Schneider Indonesia Terhadap Kepuasan Distributor**

Nama : MARGARETHA

NIM : 44308110052

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 26 Maret 2013

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Yoyoh Hereyah, Dra., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Program Studi

(Yoyoh Hereyah, Dra., M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan hanya Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Pemeliharaan, semangat dan pemikiran – pemikiran yan telah diberikan-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tugas akhir ini dikerjakan demi memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Komunikasi di Jurusan Marketing Komunikasi & Adv di Universitas Mercu Buana - Jakarta. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini bukanlah tujuan akhir dari belajar karena belajar adalah sesuatu hal yang tidak terbatas dan akan selalu menarik untuk didalami dan diketahui.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Ibu. Yoyoh Hereyah. Dra, M.Si. yang adalah sebagai pembimbing skripsi penulis sekaligus sebagai motivator yang begitu baik sudah memberikan saran, support dan waktunya untuk sering diganggu oleh penulis untuk pertanyaan – pertanyaan yang ada.
Terima kasih bu sudah sabar membimbing saya ☺
2. Kedua orang tua penulis yang senantiasa tak henti – hentinya memberikan support dan cinta melalui doa, nasehat dan yang terpenting dengan memberikan waktu, perhatian dan tenaganya untuk menjaga anak penulis selama kesibukan dalam pembuatan laporan skripsi tersebut.

3. Anak tercinta Delytha Abigail Napitupulu yang selalu menjadi sumber semangat dan inspirasi bagi penulis. **I love you much**
4. Suami tercinta Delyon Samuel Napitupulu yang selalu memberikan support dan perhatiannya kepada penulis agar penulis selalu bias ingat akan kesehatan dengan kesibukan yang dijalani oleh penulis.
5. Semua teman – teman di kelas Marketing Komunikasi & Adv angkatan XIII Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan info update perkembangan dan perubahan yang ada di kampus.
6. Yang terakhir, para staff TU Fikom, BAK, Staff perpustakaan, BAA dan POP. Pertolongan sangat penulis dapatkan dari semua team tersebut selama penulis menjalani kelas perkuliahan sampai dengan pembuatan laporan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga karya penelitian tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak demi kepentingan bersama.

Penulis menyadari bahwa materi dalam laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik maupun saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kemajuan dan bertambahnya ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri.

Jakarta, 26 March 2013

MARGARETHA

DAFTAR ISI

Halaman

ABTRASI	i
KATA PENGANTAR & UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Komunikasi Pemasaran	9
2.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	11
2.3. Bentuk-bentuk Komunikasi Pemasaran	13
2.4. Promotion	16
2.5. Event.....	16
2.6. Tujuan Event.....	17
2.7. Bentuk dan Karakteristik Event	19
2.7.1. Bentuk-Bentuk Event.....	19
2.7.2. Karakteristik Event	21
2.8. Konsep Event	21
2.9. Kepuasan Distributor.....	28

BAB III METODELOGI PENELITIAN	32
3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Metode Penelitian.....	32
3.3. Populasi dan Sampel	
3.3.1. Populasi.....	34
3.3.2. Sampel.....	37
3.4. Subjek Penelitian.....	38
3.5. Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	39
3.3.1. Definisi Konsep.....	39
3.3.2. Operasionalisasi Konsep.....	42
3.6. Validitas	43
3.7. Reliabilitas	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data	45
3.5. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1. Sejarah Perusahaan	51
4.1.2. Visi dan Misi	53
4.1.3. Program Perusahaan	54
4.1.4. Cakupan Bidang Usaha	55
4.1.5 Hasil Penelitian	56
4.1.6. Karakteristik Responden	57
4.2.1 Analisis Deskripsi Variabel Aktivitas Komunikasi	58
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Distributor	60
4.3. Pembahasan atau Analisis Penelitian	69
BAB V PENUTUP	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	74
----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Struktur Organisasi
2. Kategori training tidak membayar
3. Bentuk Kuisisioner
4. Hasil Survey Kuisisioner
5. Dftar Tabel
6. Foto-foto situasi training
7. Data diri