



**PENGARUH EVENT TOKOPEDIA WIB TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN UMUM TOKOPEDIA DI  
JAKARTA MELALUI CITRA MEREK TOKOPEDIA**

**(Survei Event Tokopedia WIB pada 23 April 2021 terhadap Konsumen  
Umum Tokopedia di Jakarta)**

**TESIS**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**Oleh:**

**NADIRA SEKAR LINTANG**

**(55219120050)**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2022**

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : PENGARUH EVENT TOKOPEDIA WIB TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN UMUM TOKOPEDIA DI  
JAKARTA MELALUI CITRA MEREK TOKOPEDIA  
Nama : NADIRA SEKAR LINTANG  
NIM : 55219120050  
Jenjang Pendidikan : S2  
Program Studi : MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
Konsentrasi : CORPORATE AND MARKETING COMMUNICATION  
Tanggal : 21 Februari 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, (Tanggal Sidang)  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)
3. Pembimbing :  
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : PENGARUH EVENT TOKOPEDIA WIB TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN UMUM TOKOPEDIA DI  
JAKARTA MELALUI CITRA MEREK TOKOPEDIA  
Nama : NADIRA SEKAR LINTANG  
NIM : 55219120050  
Jenjang Pendidikan : S2  
Program Studi : MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
Konsentrasi : CORPORATE AND MARKETING COMMUNICATION  
Tanggal : 21 Februari 2022

UNIVERSITAS  
MERCUBUANA  
Jakarta, 21 Februari 2022  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)
3. Pembimbing :  
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

### LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : NADIRA SEKAR LINTANG  
NIM : 55219120050  
Jenjang Pendidikan : S2  
Konsentrasi : CORPORATE AND MARKETING  
COMMUNICATION  
Judul Karya Akhir/Tesis : PENGARUH EVENT TOKOPEDIA WIB  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN UMUM  
TOKOPEDIA DI JAKARTA MELALUI CITRA  
MEREK TOKOPEDIA

Jakarta, 21 Februari 2022

UNIVERSITAS  
Dosen Pembimbing  
MERCU BUANA

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Nadira Sekar Lintang

NIM : 55219120050

Program Studi : Program Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “Pengaruh Event Tokopedia WIB terhadap Loyalitas Konsumen Umum Tokopedia di Jakarta melalui Citra Merek Tokopedia”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 7 Maret 2022 , didapatkan nilai persentase sebesar 12%



Jakarta, 7 Maret 2022 Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM



## PERNYATAAN

### PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Event Tokopedia WIB terhadap Loyalitas Konsumen Umum Tokopedia di Jakarta melalui Citra Merek Tokopedia  
Nama : Nadira Sekar Lintang  
N I M : 55219120050  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 21 Februari 2022

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 21 Februari 2022

Materai Rp 10.000/Rp 6.000 (2 lembar)



(Nadira Sekar Lintang)

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya hingga peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul ‘Pengaruh Event Tokopedia WIB terhadap Loyalitas Konsumen Umum Tokopedia WIB melalui Citra Merek Tokopedia’ sebagai salah satu syarat kelulusan dari Program Studi *Corporate and Marketing Communication* pada Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan pernah dapat diselesaikan tanpa bantuan dari orang-orang di sekitarnya. Oleh karena itu, peneliti sangat berterima kasih kepada:

1. Bpk. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku dosen pembimbing.
2. Bpk. Dr. Heri Budianto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi dan dosen penguji sidang akhir.
3. Bpk. Priyono dan Ibu Woro Handayani sebagai orangtua peneliti.
4. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner dalam pengumpulan data.
5. Teman-teman dari kelas *Corporate and Marketing Communication*.
6. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu atas kontribusinya dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa tesis ini masih memiliki beberapa kelemahan dan kesalahan. Oleh karena itu, peneliti dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan tesis ini.

Jakarta, 13 Januari 2022

Penulis

Nadira Sekar Lintang





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK</b> .....	v
<b>PERNYATAAN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> .....	14
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	14
<b>2.2 Kajian Teori</b> .....	26
2.2.1 Komunikasi Massa .....	26
2.2.2 Teori S-R .....	27
2.2.3 Komunikasi Pemasaran .....	28
2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	30
2.2.5 Integrated Marketing Communication .....	32
2.2.6 Event .....	35
2.2.7 Event Tokopedia WIB .....	36

2.2.8. Citra Merek .....	37
2.2.9 Loyalitas Konsumen.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
2.4 Hipotesis Penelitian.....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	45
3.3.1. Definisi Konsep.....	45
3.3.2 Operasionalisasi Konsep .....	45
3.4. Populasi dan Sampel .....	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Sampel.....	48
3.5. Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.5.1 Validitas .....	50
3.5.2 Reliabilitas .....	52
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6.1 Data Primer .....	53
3.6.2. Data Sekunder.....	53
3.7 Teknik Analisa Data.....	53
3.7.1 Analisa Statistik Deskriptif.....	53
3.7.2 Analisa Uji Asumsi Klasik .....	54
3.7.3 Analisis Uji Hipotesis.....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
4.1 Profil Perusahaan .....	59
4.1.1 Tokopedia.....	59
4.2 Hasil Penelitian .....	60
4.2.1 Karakteristik Responden .....	60
4.2.2 Analisa Kuesioner .....	63
4.3 Analisis Data .....	74
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	74
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	75
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	77

4.3.3 Uji Hipotesis.....	79
4.4 Pembahasan.....	86
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>103</b>
5.1 Simpulan .....	103
5.2 Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 The Communication System.....	5
Gambar 1.2 10 situs e-commerce Indonesia dengan pengunjung terbanyak .....	9
Gambar 2.1 Teori S-R.....	28
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	39
Gambar 3.1 Perhitungan Sampel.....	49
Gambar 4.1 Logo Tokopedia .....	60
Gambar 4.2 Uji Normalitas Persamaan Struktural 1 .....	76
Gambar 4.3 Uji Normalitas Persamaan Struktural 2 .....	77
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Struktural 1 dan 2.....	78
Gambar 4.5 Cuitan Positif Netizen di Twitter tentang Tokopedia WIB .....	91
Gambar 4.6 Penampilan BTS pada Event Tokopedia WIB.....	94
Gambar 4.7 Interview dengan BTS pada Event Tokopedia WIB .....	95
Gambar 4.8 Halaman Utama Tokopedia saat event Tokopedia WIB .....	95
Gambar 4.9 Tokopedia WIB menjadi trending topik nomor satu di Indonesia .....	96
Gambar 4.10 Cuitan netizen mengenai Tokopedia yang kreatif.....	97
Gambar 4.11 Cuitan netizen mengenai Tokopedia yang inovatif.....	101

MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka Hasil Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Konsep .....	46
Tabel 3.2 Tabel Kriteria Jawaban dengan Skala Likert .....	47
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Event (x).....	50
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (y) .....	51
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (z).....	51
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden .....	61
Tabel 4.3 Karakteristik Status Pekerjaan Responden .....	62
Tabel 4.4 Karakteristik Pembelian Rutin Responden di Tokopedia .....	63
Tabel 4.5 Tabel Kuesioner Responden pada variabel Event.....	63
Tabel 4.6 Tabel Kuesioner Responden pada variabel Loyalitas Konsumen .....	68
Tabel 4.7 Tabel Kuesioner Responden pada variabel Citra Merek.....	71
Tabel 4.8 Tabel Statistik Deskriptif.....	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	75
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas Persamaan Struktural 1.....	78
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas Persamaan Struktural 2.....	79
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi Persamaan Struktural 1 dan 2.....	79
Tabel 4.13 Koefisien Korelasi.....	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi.....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji F Analisis Persamaan Struktural 1 .....	82
Tabel 4.16 Hasil Uji F Analisis Persamaan Struktural 2 .....	83
Tabel 4.17 Hasil Uji T Analisis Persamaan Struktural 1 .....	83
Tabel 4.18 Hasil Uji T Analisis Persamaan Struktural 2 .....	84

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Pengecekan Similarity/Turnitin
- Lampiran 2 Kusioner instrumen Penelitian
- Lampiran 3 Tabel Data Variabel Event
- Lampiran 4 Tabel Data Variabel Loyalitas Konsumen
- Lampiran 5 Tabel Data Variabel Citra Merek
- Lampiran 6 Hasil Statistik Deskriptif
- Lampiran 7 Hasil Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian
- Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas Instrumen Penelitian
- Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi
- Lampiran 12 Hasil Uji F
- Lampiran 13 Hasil Uji T
- Lampiran 14 Curriculum Vitae