

**PENGARUH KOMUNIKASI DIGITAL TRANSRETAIL.CO.ID  
PT.TRANS RETAIL INDONESIA KEPADA PERUBAHAN  
PERILAKU KONSUMEN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh:**

**DAUD PUTRA ESA**

**051603503125171**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH KOMUNIKASI DIGITAL TRANSRETAIL.CO.ID  
PT.TRANS RETAIL INDONESIA KEPADA PERUBAHAN  
PERILAKU KONSUMEN**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh**

**Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh:**

**DAUD PUTRA ESA**

**051603503125171**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA**

**2021**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : DAUD PUTRA ESA  
NIM : 051603503125171  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI  
PEMINATAN : HUBUNGAN MASYARAKAT  
Jumlah Halaman : XIII- 91 Halaman + Lampiran  
Bibliografi : 22 Buku, 3 Jurnal, 2 Skripsi

**ABSTRAK**

Usaha komunikasi yang dibangun oleh PT. Trans Retail Indonesia melalui Transretail.co.id dalam bentuk komunikasi digital bertujuan agar konsumen tetap menggunakan Carrefour dalam kebutuhan sehari-hari. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi digital trans.co.id terhadap perubahan perilaku konsumen.

Penelitian ini menggunakan Teori SOR, komunikasi digital sebagai Stimulus , konsumen sebagai organizem, perubahan perilaku sebagai respon.

Paradigma penelitian menggunakan paradigma positivisme pendekatan kuantitatif , jumlah populasi 6.33 sampel 98 analisis data menggunakan analisis korelasi dan analisis determinasi.

Uji korelasi dengan nilai signifikasi 0,000 dan nilai *person correlation* 0,858. Dalam uji kompesion determinasi 0,736 atau 73,0% dalam uji regresi nilai X 0,820 dalam uji pasrisal (t) nilai signifikasi 0,000 dan nilai t hitung 8,042.

Terdapat Korelasi yang kuat antara X dan Y terdapat pengaruh komunikasi digital terhadap perubahan perilaku konsumen dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh komunikasi digital transretail.co.id kepada perubahan perilaku konsumen.

Kata Kunci : Komunikasi digital, Perubahan perilaku konsumen  
Teori SOR  
Pembimbing 1 : Drs. Solten Rajaguguk, MM  
Pembimbing 2 : Helen Olivia , M.IKOM

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
SATYA NEGARA UNIVERSITY OF INDONESIA**

**NAME** : DAUD PUTRA ESA  
**NIM** : 051603503125171  
**STUDY PROGRAM** : COMMUNICATION SCIENCE  
**SPECIALIZATION** : COMMUNITY RELATIONS  
**Number of Pages** : Xiii + 91 Pages + Attachments  
**Bibliography** : 22 Books, 3 Journal, 2 thesis

**ABSTRACT**

*The communication business developed by PT. Trans Retail Indonesia through Transretail.co.id in the form of digital communication aims to keep consumers using Carrefour in their daily needs.*

*The purpose of this study was to determine how much influence trans.co.id digital communication has on changes in consumer behavior.*

*This research uses SOR theory, digital communication as stimulus, consumer as organization, behavior change as a response.*

*The research paradigm uses the positivity paradigm of the quantitative approach, the population of 6.33 samples of 98 data analysis uses correlation analysis and analysis of determination.*

*Test the correlation with the significance value of 0.000 and the person correlation value of 0.858. In the test of determination 0.736 or 73.0% in the regression test, the value of X was 0.820 in the pasrisal test (t), the significance value was 0.000 and the t value was 8.042.*

*There is a strong correlation between X and Y, there is an effect of digital communication on changes in consumer behavior*

**Keywords** : Digital communication, Changes in consumer behavior SOR theory

**Supervisor 1** : Drs. Solten Rajaguguk, MM

**Supervisor 2** : Helen Olivia, M.IKOM