

**DIFUSI INOVASI *CHAT & BUY* PT MITRA ADI PERKASA
TERHADAP MINAT MEMBELI MEREK
ONITSUKA TIGER**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

ADITYA RIZKY PUTRA

051603503125104

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

2020

**DIFUSI INOVASI *CHAT & BUY* PT MITRA ADI PERKASA
TERHADAP MINAT MEMBELI MEREK
ONITSUKA TIGER**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

ADITYA RIZKY PUTRA

051603503125104

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

JAKARTA

2020

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

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ke tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan

METERAI
TEMPEL
Rp 6000
ENAM RIBU RUPIAH

(Aditya Rizky Putra)

051603503125104

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Aditya Rizky Putra
NIM : 051603503125104
JUDUL : Difusi Inovasi *Chat & Buy* PT Mitra Adi Perkasa Terhadap
Minat Membeli Merek Onitsuka Tiger. (Survei pada
pelanggan Onitsuka Tiger Plaza Senayan)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat/*Public Relation*

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 31 Agustus 2020

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Fitri Sarasati, S.Ikom, M.Sc)

(Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, Sos, M.M)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Aditya Rizky Putra
NIM : 051603503125104
JUDUL : Difusi Inovasi Chat & Buy PT Mitra Adi Perkasa Terhadap Minat Membeli Merek Onitsuka Tiger (Survei pada pelanggan Onitsuka Tiger Plaza Senayan)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Public Relations

Jakarta, 31 Agustus 2020

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Dr. Sri Desti Purwatiingsih, M.Si)

Anggota Penguji 1

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, MM)

Anggota Penguji 2

(Sandra Olifia, M.Si)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Sandra Olifia, M.Si)

Dekan FISIP

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Aditya Rizky Putra

NIM : 051603503125104

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat/*Public Relation*

Difusi Inovasi *Chat & Buy* PT Mitra Adi Perkasa Terhadap Minat Membeli Merek Onitsuka Tiger (Survei pada pelanggan Onitsuka Tiger Plaza Senayan)

Jumlah 121 halaman + lampiran

Bibliografi : 18 buku, 2 skripsi, 6 internet

ABSTRAK

Penelitian ini penulis meneliti tentang difusi inovasi *chat & buy* PT Mitra Adi Perkasa terhadap minat membeli merek Onitsuka Tiger. Karena pada saat ini yang kita ketahui telah terjadi pandemi COVID-19 yang mengharuskan masyarakat melakukan aktivitas di dalam rumah menyebabkan ditutupnya pusat perbelanjaan.

Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi yang dicetuskan oleh Everett M Rogers. Teori ini digunakan, karena adanya ide baru yang dibuat oleh perusahaan pada saat pandemi seperti ini untuk mempertahankan minat pelanggan dalam berbelanja tanpa harus keluar rumah, dengan melalui saluran komunikasi.

Penulis juga menggunakan landasan konseptual yang terdiri dari komunikasi, *public relation*, inovasi *chat & buy*, merek, minat membeli, dan pelanggan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma positivistik, dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan metode survei dan bersifat eksplanatif.

Dalam uji korelasi nilai signifikansi 0,000 dan nilai pearson correlation 0,735, dalam uji koefisien determinasi 0,540 atau 54%, dalam uji regresi nilai X 0,568, dalam uji T (parsial) nilai signifikansi 0,000 dan nilai t_{hitung} 9.928.

Terdapat korelasi yang kuat antara X dan Y, terdapat adanya pengaruh Difusi Inovasi *Chat & Buy* terhadap minat membeli.

Kata kunci : difusi inovasi, *chat & buy*, minat membeli, merek, Onitsuka Tiger

Pembimbing I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Pembimbing II : Fitri Sarasati. S.I.Kom. M. Sc

POLITIC AND SOCIAL SCIENCE FACULTY
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Aditya Rizky Putra

NIM : 051603503125104

PROGRAM STUDY : Communications

DESIRE : Public Relations

Diffusion of Innovation PT Mitra Adi Perkasa Chat & Buy on Desire in Buying of Onitsuka Tiger Brand (Survey to Customer of Onitsuka Tiger Plaza Senayan)

121 pages + Attachment

Bibliography : 18 books, 2 thesis, 6 internet

ABSTRACT

This research author examines about the diffusion of innovation the & buy chat PT Mitra Adi Perkasa against the interest of buying the Onitsuka Tiger brand. Because at this time we know that the COVID-19 pandemic that requires people to do activities in the home led to the closure of the shopping center.

This study used the diffusion theory of innovation that was triggered by Everett M Rogers. This theory is used, because there are new ideas created by the company at the time of this kind of pandemic to maintain the interest of customers in shopping without having to leave the house, through communication channels.

The author also uses a conceptual foundation consisting of communication, public relations, innovation & buy Chat, branding, interest buying, and customers. In this research the authors use a positivistic paradigm, with a quantitative approach, using the survey methods and are exportative.

In the correlation test the significance value is 0.000 and the Pearson value correlation 0.735, in the test coefficient of determination 0,540 or 54%, in a regression test of the value X 0.568, in the T-test (partial) The significance value is 0.000 and the value Thitung 9,928.

There is a strong correlation between X and Y, there is the influence diifusion of innovation Chat & Buy against buying.

Keywords : *Diffusion Innovation, Chat & Buy, Interest of Buying, Brand, Onitsuka Tiger*

Mentor I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Mentor II : Fitri Sarasati. S.I.Kom. M. Sc

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobil'alamin puji syukur penulis kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan berjudul “Difusi Inovasi *Chat & Buy* PT Mitra Adi Perkasa Terhadap Minat Membeli Merek Onitsuka Tiger” dengan baik sebagai salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia. Dengan begitu penulis ucapkan banyak berterima kasih kepada orang tua dan kaka, Supandi (Bapak), Tati Sunarti (Ibu) dan Feby Indah yulianti (Kaka) serta keluarga besar yang telah memberikan do'a kasih sayang, yang memberikan motivasi dan dukungannya.

Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada : .

1. Dra. Merry L. Panjaitan, MB.A selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Bapak Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Ibu Sandra Olifia, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Ibu Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si selaku dosen pembimbing I yang selalu yang memberikan arahan dan semangat kepada penulis.
5. Ibu Fitri Sarasati, S.Ikom,. M.Sc selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan semangat dan arahan kepada penulis

6. Kepada Kartika Sari yang selalu ada untuk menghibur dan memberikan semangat atau motivasi dalam membantu menyelesaikan penelitian ini.
7. Kepada teman-teman terbaik Pojok Hitam Diskusi, Warbet *Fams*, *Cuk Productions* dan FISIP 2016 ataupun senior atas doa'a dan dukungannya.
8. Kepada Setya, Bahriansyah, Derry, Fani, Ian, Isnan, Arhan, Oki, Tiyo, Yogi, Andrie, Andreas, Faizal, Bopa, Afif, Devi, Dedi atas dukungannya.

Terimakasih atas segala do'a bantuan dan dukungan yang telah diberikan, semoga Allah SWT membalas kebaikan pada semua pihak. Dengan begitu penulis dengan kerendahan hati minta maaf sedalam-dalamnya dengan kekurangan pada penulisan proposal skripsi ini, baik dari segi penyajiannya. Semoga dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya rekan-rekan mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.

Wassalamu'alaikm Wr.Wb

Jakarta, 31 Agustus 2020
Penulis

Aditya Rizky Putra