

**KUALITAS RELASI ANTARA *PERSONAL SHOPPER* PT.EMAX
FORTUNE INTERNATIONAL DENGAN PELANGGAN
(Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Kualitas Relasi Berdasarkan Konsep
Organization- Public Relationship)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh :

NOVITA VERA WINDHAYANI

NIM. 090903779

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

**KUALITAS RELASI ANTARA *PERSONAL SHOPPER* PT.EMAX
FORTUNE INTERNATIONAL DENGAN PELANGGAN
(Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Kualitas Relasi Berdasarkan Konsep
Organization- Public Relationship)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

NOVITA VERA WINDHAYANI

No Mhs : 09.09.03779 / KOM

Disetujui Oleh :



Dr. Gregoria Arum Yudarwati

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Kualitas Relasi Antara *Personal Shopper* PT. Emax Fortune International Dengan Pelanggan (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Kualitas Relasi Berdasarkan Konsep *Organization-Public Relationship*)

Penyusun : Novita Vera Windhayani

NIM : 09 09 03779

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi di depan tim penguji dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, pada:

Hari/Tanggal : Jumat / 24 Oktober 2014

Pukul : 14.30

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.
Penguji Utama

Ike Devi Sulistyaningsih, S.Sos., M.Si
Penguji I

Nobertus Ribut Santoso, SS., M.A.
Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Novita Vera Windhayani
No. Mahasiswa : 09 09 03 779
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Kualitas Relasi Antara *Personal Shopper* PT. Emax Fortune International Dengan Pelanggan (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Kualitas Relasi Berdasarkan Konsep *Organization- Public Relationship*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 01 Oktober 2014

Saya yang menyatakan,



(Novita Vera Windnayani)

HALAMAN MOTTO

“Sukses tidak diukur dengan kekayaan, sukses adalah sebuah pencapaian dari hal yang kita inginkan”

(Novita Vera)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Rasa Syukur dan bangga, skripsi ini ku persembahkan....

Kepada Orang-orang yang Menyayangiku dan Mengasihiku

Papi dan Mami yang tiada henti memberikan doa dan motivasi

Adik-adikku tersayang

Sahabat-sahabatku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menghadapi segala hambatan dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi dengan judul “Kualitas Relasi antara *Personal Shopper* PT.Emax Fortune International dengan Pelanggan (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Kualitas Relasi Berdasarkan Konsep *Organization- Public Relationship*)”.

Selama melakukan penelitian ini penulis mengalami banyak kesulitan dan juga hambatan, namun penulis mendapat bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini berjalannya lancar. Sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Allah SWT, yang selalu menyertai dan memberkati penulis setiap waktu sehingga penulis dapat menghadapi segala hambatan dan rintangan dalam menyusun skripsi.
2. Kedua Orang Tua, Ari Andayani dan Widodo yang selalu memberikan pengertian, *support*, semangat dan doa kepada penulis.
3. Ibu Dr. Gregoria Arum Yudarwati, yang selalu sabar dan setia merelakan waktu, tenaga, serta pikiran di tengah kesibukannya untuk membimbing dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Adik-adik saya tercinta, Anastasia Vanya dan Novelino Rio yang selalu mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi dan tiada hentinya memberikan semangat kepada penulis.
5. Ibu Dr.Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si. selaku penguji utama dan Ibu Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji I dan juga Bapak Nobertus Ribut Santoso, SS., M.A. selaku penguji II, terimakasih atas koreksi dan masukannya, sehingga skripsi saya bisa menjadi lebih baik lagi.
6. Mbak Ima Effendi, Mas Oddi, Mas Cahya, Mas Agus, dan lain-lain selaku *personal shopper* PT. EMAX Fortune International, terimakasih atas ijin yang diberikan dan bantuannya selama penulis mengerjakan skripsi.
7. Teman-teman di Magelang dan Yogyakarta, Maya, Tya, Fanni, Ayu, Dinar, Mas Donni, Mbak Dwi, Mbak Ima, Ayu, Nia, Kiki, Mas Boy, Mas Pipin, Mbak Lastri, terimakasih atas doa dan bantuan serta dukungan yang telah diberikan.
8. Asshodiq Fitranto Permana Putra, terimakasih atas motivasi, semangat, waktu, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat tercinta, Aurelia Risa dan Bhita Wulandari, terimakasih atas bantuan, masukan dan dukungan yang diberikan kepada penulis.
10. Serta Pihak-pihak lain yang turut membantu penulis dan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis berharap, Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan yang membacanya.

Yogyakarta, 01 Oktober 2014



(Novita Vera Windhayani)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAKSI	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	10
1. <i>Public Relations sebagai Relationship Management</i>	11
2. <i>Costumer Relations (Hubungan Pelanggan)</i>	15
3. Kualitas Relasi	21
F. Kerangka Konsep	29
G. Definisi Operasional	32
H. Metodologi Penelitian	36
 BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	 49
A. Sejarah PT. Emax Fortune International	49
B. Lokasi Penelitian	51
C. Visi dan Misi PT. Emax Fortune International	51

D. Nilai- Nilai PT. Emax Fortune International	52
E. Struktur Organisasi	52
F. Produk- produk PT. Emax Fortune International	54
G. Program-program untuk Pelanggan (EMAX member).....	54
H. Karakteristik Pelanggan (Emax member)	56
 BAB III PEMBAHASAN	 59
A. Hasil Temuan Penelitian	59
1. Deskripsi Responden.....	59
2. Kualitas Relasi	64
3. Kualitas Relasi ditinjau dari karakteristik responden	73
B. Pembahasan dan Interpretasi Data	78
 BAB IVPENUTUP	 84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Uji Validitas Variabel Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	44
Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kepuasan (<i>Satisfaction</i>).....	44
Tabel 3. Uji Validitas Variabel Komitmen (<i>Commitment</i>).....	45
Tabel 4. Uji Validitas Variabel Kontrol Mutualitas (<i>Control Mutuality</i>).....	45
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 6. Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 7. Usia Responden	61
Tabel 8. Pekerjaan Responden	62
Tabel 9. Masa Keanggotaan	62
Tabel 10. Jumlah Transaksi	63
Tabel 11. Deskripsi Rata-rata Dimensi Kepercayaan	65
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Dimensi Kepercayaan	66
Tabel 13. Deskripsi Rata-rata Dimensi Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	67
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Dimensi Kepuasan (<i>Satisfaction</i>).....	68
Tabel 15. Deskripsi Rata-rata Dimensi Komitmen (<i>Commitment</i>)	69
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Dimensi Komitmen (<i>Commitment</i>).....	70
Tabel 17. Deskripsi Rata-rata Dimensi Kontrol Mutualitas (<i>Control Mutuality</i>)	71
Tabel 18. Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Control Mutuality</i>	72
Tabel 19. Deskripsi Rata-rata Dimensi Kualitas Relasi.....	73
Tabel 20. Hasil Uji Independent t test Kualitas Relasi Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 21. Hasil Uji One Way Anova Perbedaan Kualitas Relasi Berdasarkan Usia	75

Tabel 22. Hasil Uji One Way Anova Perbedaan Kualitas Relasi Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 23. Hasil Uji One Way Anova Perbedaan Kualitas Relasi Berdasarkan Jumlah Transaksi	77



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. (Struktur Organisasi EMAX)	53



**KUALITAS RELASI ANTARA *PERSONAL SHOPPER* PT.EMAX
FORTUNE INTERNATIONAL DENGAN PELANGGAN
(Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Kualitas Relasi Berdasarkan Konsep
Organization- Public Relationship)**

ABSTRAKSI

Pada dasarnya sebuah perusahaan sangat erat kaitannya dengan publik. Salah satu publik perusahaan yang berperan penting dalam keberhasilan suatu perusahaan adalah pelanggan, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Untuk dapat melihat kualitas hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan, diukur dengan menggunakan empat dimensi berdasarkan konsep dari Ledingham dan Bruning. Empat dimensi tersebut yaitu dimensi *trust*, *satisfaction*, *commitment* dan *control mutuality*. Kualitas hubungan yang dihasilkan dapat dikatakan baik apabila tingkat relasinya tinggi, namun sebaliknya ketika tingkat relasinya rendah berarti kualitas relasinya buruk.

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan melakukan uji beda *oneway annova* dan *independent sample t test*. Uji beda bertujuan untuk menganalisis lebih detail kualitas relasi yang dihasilkan, ada tidaknya perbedaan yang signifikan dilihat berdasarkan kriteria jenis kelamin, usia, pekerjaan, lama menjadi pelanggan dan jumlah transaksi yang dilakukan oleh responden.

Setelah dilakukan penelitian, maka didapatkan hasil bahwa kualitas relasi antara *personal shopper* PT. Emax Fortune International dikatakan baik, yaitu dengan nilai 3,60. Berdasarkan hasil nilai rata-rata dari masing-masing dimensi, diperoleh hasil nilai rata-rata tertinggi dari empat dimensi kualitas relasi adalah pada dimensi *control mutuality* yaitu dengan nilai rata-rata 3,65, hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas relasi yang terjalin antara *personal shopper* dan pelanggan masuk dalam kategori baik. Hal tersebut terlihat ketika responden menghargai *control mutuality* dengan *personal shopper* PT. Emax Fortune International, yang dimana *control mutuality* berhubungan dengan pelanggan yang mendapatkan wewenang dan juga kesempatan dalam memberikan *control* terhadap *personal shopper* ketika pelayanan yang diberikan oleh *personal shopper* tidak memuaskan dan tidak sesuai harapan.

Kata kunci : Kualitas relasi, *personal shopper*, *Organization- Public Relationship*