

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *PUBLIC REALTIONS***

Skripsi, Januari 2023

Muhammad Fairhan Rayhan

2018140042

“Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* "Swadaya" Terhadap Loyalitas Mitra PT Gojek Indonesia (Survey di Followers Akun Instagram @kopdar_gojekjaktimsel21)”

80 Halaman + 45 Tabel + 4 Gambar + 6 Lampiran

ABSTRAK

Strategi yang dilakukan GO-JEK dalam memberikan pelayanan terhadap publik terutama driver maupun masyarakat Indonesia yaitu dengan menerapkan program CSR "Swadaya". Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* dan Loyalitas. Tujuan penelitian ini untuk mengukur Program Corporate Social Responsibility "Swadaya" PT. Gojek Indonesia, Loyalitas mitra PT. Gojek Indonesia, Seberapa besar Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* GO-JEK Program "Swadaya" terhadap loyalitas mitra PT. Gojek Indonesia di Jakarta Selatan. Metode yang digunakan adalah survey. Pendekatan dalam penelitian ini kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data Uji regresi linear sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah mitra gojek sebanyak 88 responden. Dihitung menggunakan rumus taro yamane teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Kesimpulan pada variabel X maka nilai rata-rata variabel X 4,13 adapun nilai tersebut yang artinya program CSR "Swadaya" yang di kembangkan PT. Gojek Indonesia cukup kuat di publik. Pada Variabel Y berdasarkan hasil rekapitulasi pada variabel Y diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,51 artinya loyalitas pada mitra perusahaan tinggi. Terdapat pengaruh berdasarkan uji t antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Mitra PT. Gojek Indonesia sebesar 0,745 atau 74,5% artinya *Corporate Social Responsibility* berpengaruh kuat terhadap Loyalitas Karyawan PT. Gojek Indonesia.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Loyalitas, Konsumen

Referensi : 12 Buku, 10 Jurnal dan 1 Situs web

Pembimbing : Amin Shabana, S.Sos., M.Si.