

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations
Dini Nur Fadilah
20140530240

Pengaruh Tingkat Pemahaman Pesan Sosialisasi Terhadap Tingkat Partisipasi Pangkalan Agen LPG dalam Program *Cashless Payment* PT. Pertamina (Persero) Branch Marketing DIY & Surakarta di Kota Yogyakarta

Tahun: 2018 + 108 Halaman + 5 Lampiran

Daftar Pustaka: 23 buku + 28 Sumber Internet + 1 Sumber Lain

Banyaknya kasus penyimpangan pelanggaran yang terjadi dalam kegiatan pendistribusian LPG 3 kg dari agen kepada pangkalan agen LPG, hal tersebut menjadikan PT. Pertamina membuat suatu inovasi yang diperlukan untuk memudahkan melakukan pengawasan dan monitoring harga jual di tingkat agen terhadap pangkalan agen yaitu dengan adanya program pembayaran non tunai atau *Cashless Payment*. Partisipasi pangkalan agen LPG melalui sosialisasi sangat menentukan keberhasilan suatu program dari PT. Pertamina apakah pangkalan agen LPG tersebut akan tetap menggunakan metode *cashless payment* atau beralih menggunakan metode pembayaran secara tunai. Agar pangkalan agen LPG beralih menggunakan *cashless payment*, perlu dilakukan pengkajian mengenai Pengaruh Tingkat Pemahaman Pesan Sosialisasi *Cashless Payment* dan Tingkat Partisipasi Pangkalan Agen LPG. Untuk itu perlu identifikasi bagaimana pengaruh pemahaman pesan sosialisasi *Cashless Payment* dan tingkat partisipasi pangkalan agen LPG di Kota Yogyakarta. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner berskala Likert berjumlah 90 buah. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa metode *cashless payment* berpengaruh positif terhadap partisipasi pangkalan agen LPG sebesar 0,335 dan nilai signifikansi sebesar 0,00. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa keputusan pangkalan agen LPG dalam menggunakan metode *cashless payment* dipengaruhi oleh 1 variabel yaitu pemahaman pesan sosialisasi *cashless payment* sebesar 32,1 %, sisanya yaitu 67,9 % pangkalan agen melakukan penggunaan metode *cashless payment*.

Kata Kunci: Pesan Sosialisasi, *Cashless Payment*, Partisipasi

ABSTRACT

*University of Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Department of Communication Science
Concentration Public Relations
Dini Nur Fadilah
20140530240*

Influence of Understanding Level of Socialization Messages on Level of LPG Agent Participation Base in Cashless Payment Program PT. Pertamina (Persero) Branch Marketing DIY & Surakarta in Yogyakarta City

Year: 2018 + 108 Page + 5 Attachments

References: 23 books + 28 Internet Resources + 1 Other Resources

The number of violation cases that occurred in distribution activity of LPG 3 kg from agent to LPG agent's base, caused PT. Pertamina made an innovation to facilitate the monitoring and selling price monitoring at the agent level to the agent's base with the non-cash payment or Cashless Payment program. LPG agent's base participation through socialization will determine the success of PT. Pertamina's program, whether the LPG agent's base will still use the cashless payment method or switch to use the cash payment method. In order to make LPG agent's base to switch using cashless payment Influence of Understanding Level of Socialization Messages on Level of LPG Agent Participation Base in Cashless Payment Program PT. Pertamina (Persero) Branch Marketing DIY & Surakarta in Yogyakarta City. Therefore it is necessary to identify how the influence of understanding of Cashless Payment socialization message and level of participation of LPG agent base in Yogyakarta City. The research methodology used is explanative research with Likert scale as data collection techniques which is 90 amount of questionnaires that already distributed. Data analysis in this research using validity test, reliability test, and simple linear regression analysis. The results of this study indicated that the cashless payment method has a positive effect on the participation of the LPG agent base at 0.335 and the significance value of 0.00. The result of simple linear regression analysis showed that the decision of LPG agent base in using cashless payment method is influenced by 1 variable that is understanding of socialization message cashless payment 32,1%, the rest is 67,9% agent base do use method of cashless payment.

Keywords: Socialization Message, Cashless Payment, Participation