



**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE  
DI PERUMAHAN DJAFAR RESIDENCE**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi syarat mencapai gelar Sarjana Strata Satu  
(S1)

Disusun Oleh:

**LAURA NATHAZYA AURELLYA**

**NIM 44219210022**

**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laura Nathazya Aurellya

NIM : 44219210022

Program Studi : Public Relations

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pelanggan *E-Commerce* Shopee Di Perumahan Djafar Residence

Menyatakan bahwa Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 16 Maret 2023



Laura Nathazya Aurellya

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Laura Nathazya Aurellya

NIM : 44219210022

Program Studi : Public

Relations Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis :


Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas

Konsumen Pada Pelanggan *E- Commerce* Shopee Di

Perumahan Djafar Residence

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Diploma 3/**Strata 1**/Strata 2 pada Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi /Program Sarjana Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. A Rahman, HI, M.SI  )

NIDN : 0330126403

Ketua Penguji : Dr. Suraya, M.SI  )

NIDN : 0327116802

Penguji Ahli : Feni Fasta, SE, M.SI  )

NIDN : 0306047601

Jakarta, 16 Maret

2023 Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laura Nathazya A  
NIM : 44219210022  
Program Studi : Public  
Relations Judul Laporan/Skripsi/Tesis/Disertasi : Pengaruh  
Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pelanggan  
*E-Commerce* Shopee Di Perumahan Djafar Residence

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Maret 2023

Yang menyatakan,

  
( Laura Nathazya Aurelly )

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas ridanya saya dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Adapun judul tugas akhir yang saya ajukan adalah “Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen pada pelanggan E-Commerce Shopee di Perumahan Djafar Residence”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Penyusun menyadari dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. A. Rahman, HI, M.Si. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman. Terimakasih atas bimbingannya, Pak.
2. Ibu Dewi Ambarsari, M.Ikom. selaku dosen mata kuliah Riset Komunikasi yang telah sabar mendidik dan memberikan ilmu selama satu semester ini.
3. Ibu Tri Diah Cahyowati, Dra, M.Si. selaku sekretaris program studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah mengarahkan juga membimbing selama ini.
4. Belahan jiwaku, Mami dan Papi yang selalu memberikan doa, kasih sayang serta materi sekaligus selalu menjadi semangat.
5. Adikku, Bella yang selalu memberi doa serta support.
6. Sepupu-sepupuku, Willy, Dhimas dan Dandy yang juga selalu berhasil memberikan semangat.
7. Partnerku, Aldi yang tak lelah memberikan support dan perhatian serta membantu proses pembuatan tugas akhir ini. Terimakasih telah menjadi partner yang baik.
8. Sahabat seperjuanganku, Shahnaz Putri Salsabila yang selalu berhasil memberikan support. Semoga kita berdua bias sukses sama-sama.
9. Sahabatku, Audiana, Aditya, Nabila dan Dzania yang tak pernah lelah memberikan support dan doa.
10. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt. dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TA .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II .....</b>	<b>4</b>
<b>KAJIAN TEORI.....</b>	<b>5</b>
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Komunikasi Organisasi .....	8
2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi .....	8
2.2.2 Konsep Komunikasi Organisasi .....	8
2.2.3 Teori Komunikasi Organisasi.....	9
2.2.4 Fungsi Komunikasi Organisasi .....	9
2.3 Public Relations.....	10
2.3.1 Definisi Public Relations .....	10
2.3.2 Konsep Public Relations.....	10
2.3.3 Teori Public Relations.....	11
2.3.4 Fungsi Public Relations .....	11
2.3.5 Tujuan Public Relations.....	12

2.3.6 Proses Public Relations .....	12
2.3.7 Indikator Public Relation .....	12
2.4 Brand Image .....	14
2.4.1 Definisi Brand Image .....	14
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Image.....	14
2.4.3 Strategi Mempertahankan Brand Image.....	15
2.4.4 Indikator Brand Image .....	16
2.5 Loyalitas Konsumen.....	16
2.5.1 Definisi Loyalitas Konsumen .....	16
2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen .....	17
2.5.3 Tahapan – Tahapan Loyalitas Konsumen .....	18
2.5.4 Indikator Loyalitas Konsumen.....	19
2.6.Kerangka Berpikir .....	20
<b>BAB III.....</b>	<b>21</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	21
3.2 Metode Penelitian.....	22
3.3 Populasi Dan Sampel.....	22
2.Sampel.....	23
3.4 Operasional Konsep.....	23
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	25
3.6 Metode Analisa Data .....	26
<b>BAB IV .....</b>	<b>31</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.1 Sejarah Singkat Shopee.....	31
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	32
4.1.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait.....	32
4.1.4 Hubungan Public Relation dalam Shopee.....	35
4.2 Hasil Penelitian.....	36
4.2.1 Karakteristik Responden .....	37
4.2.2 Tabel Tabulasi Data .....	37
4.2.2.1 Hasil Tabulasi Jawaban Responden Variabel X (Brand Image) .....	37



4.2.2.2 Hasil Tabulasi Variabel Y (Loyalitas Konsumen) .....	42
4.2.3 Hasil Uji Kualitas Data.....	<b>43</b>
4.2.3.1 Uji Validitas .....	45
4.2.3.3 Uji Reliabilitas .....	50
4.2.3.4 Regresi Linier Sederhana.....	52
4.2.3.5 Koefisien Korelasi .....	<b>54</b>
4.2.3.6 Koefisien Determinasi.....	55
4.2.3.7 Uji Signifikan.....	56
4.3 Pembahasan dan Temuan Penelitian .....	<b>56</b>
4.3.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee .....	58
4.3.2 Pengaruh Brand Personality Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee .....	59
4.3.3 Pengaruh Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee..	60
4.3.4 Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee.....	<b>60</b>
4.3.5 Pengaruh Brand Identity Terhadap Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee	<b>60</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>63</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran .....	<b>63</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN 1.....</b>	<b>67</b>
Kuesioner Penelitian .....	67
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	68
Pengaruh <i>Brand Image E-Commerce</i> Shopee Terhadap Loyalitas Konsumen di Perumahan Djafar Residence.....	68
IDENTITAS RESPONDEN.....	68
B. IDENTITAS RESPONDEN.....	68
C. PETUNJUK PENGISIAN.....	69
Contoh .....	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>72</b>
<b>Hasil Tabulasi.....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN 3.....</b>	<b>76</b>
<b>Surat Izin Penelitian .....</b>	<b>76</b>

<b>LAMPIRAN 4.....</b>	<b>78</b>
<b>Curriculum Vitae .....</b>	<b>78</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .....	33
Gambar 2 .....	81



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 .....	5
Tabel 2 .....	26
Tabel 3 .....	30
Tabel 4 .....	38
Tabel 5 .....	40
Tabel 6 .....	44
Tabel 7 .....	47
Tabel 8 .....	48
Tabel 9 .....	50
Tabel 10 .....	51
Tabel 11 .....	52
Tabel 12 .....	53
Tabel 13 .....	54
Tabel 14 .....	55
Tabel 15 .....	56
Tabel 16 .....	57



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	69
Lampiran 2 .....	74
Lampiran 3 .....	78
Lampiran 4 .....	80



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA