



**ANALISIS TINGKAT BRAND LOYALTY POLO RALPH LAUREN
INDONESIA PADA E-COMMERCE**

(Survey Pada Followers Brand Polo Ralph Lauren Indonesia Di Shopee)



TUGAS AKHIR SKRIPSI

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

IRFAN DHIYA PRASETYA

44316110025

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Nama : Irfan Dhiya Prasetya
NIM : 44316110025
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul **ANALISIS TINGKAT BRAND LOYALTY POLO RALPH LAUREN INDONESIA PADA E-COMMERCE** (Survey Pada Followers Brand Polo Ralph Lauren Indonesia Di Shopee) adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang di publikasi maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya sudah saya cantumkan sebagaimana mestinya.
Bila terbukti saya melakukan tindakan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 14 September 2020

Yang membuat pernyataan,



(Irfan Dhiya Prasetya)

Mengetahui,

Pembimbing

(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Irfan Dhiya Prasetya
NIM : 44316110025
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Skripsi : **ANALISIS TINGKAT BRAND LOYALTY POLO RALPH LAUREN INDONESIA PADA E-COMMERCE** (Survey Pada Followers Brand Polo Ralph Lauren Indonesia Di Shopee)

Jakarta, 14 September 2020

Mengetahui,

Pembimbing




(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)


LEMBAR PERSETUJUAN PENYUSUNAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama : Irfan Dhiya Prasetya
NIM : 44316110025
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Skripsi : **ANALISIS TINGKAT BRAND LOYALTY POLO RALPH LAUREN INDONESIA PADA E-COMMERCE** (Survey Pada Followers Brand Polo Ralph Lauren Indonesia Di Shopee)

Jakarta, 14 September 2020

Ketua Sidang
Nama : Dewi Sad Tanti, M.IKom.  (... ..)

Penguji Ahli
Nama : Nindyta Aisyah, M.Si.  (... ..)

Pembimbing
Nama : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom  (... ..)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Irfan Dhiya Prasetya
NIM : 44316110025
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Skripsi : **ANALISIS TINGKAT BRAND LOYALTY POLO RALPH LAUREN INDONESIA PADA E-COMMERCE** (Survey Pada Followers Brand Polo Ralph Lauren Indonesia Di Shopee)

Jakarta, 14 September 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Ketua Bidang Studi Adv And Maarcomm



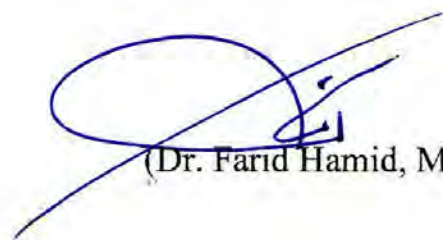
(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M. Comn, Ph.D.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M. Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Komunikasi dengan Program Studi Marketing Communication & Advertising pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini, penulis mencoba menganalisa pengaruh sales promotion terhadap brand loyalty Polo Ralph Lauren Indonesia. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“ANALISIS TINGKAT BRAND LOYALTY POLO RALPH LAUREN INDONESIA PADA E-COMMERCE”** Walaupun penulis telah berusaha sebaik-baiknya dalam penulisan ini namun dengan terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki serta terbatasnya waktu untuk mendapatkan data, maka penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan juga memiliki banyak kekurangan. Tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat.

Dalam penulisan proposal ini, penulis mendapat bantuan khususnya dari Bapak Kurniawan Prasetyo M.Ikom selaku dosen pembimbing, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah di berikan sehingga proposal ini dapat terselesaikan.

Oleh karena itu, penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan proposal ini terutama kepada :

1. Bapak Kurniawan Prasetyo M.Ikom. Selaku dosen pembimbing yang selalu membantu dan memberikan ilmunya kepada saya dalam menuliskan penelitian ini.
2. Followers dari Account Official Store Polo Ralph Lauren Indonesia di Shopee. Selaku responden dari penelitian ini.
3. Kedua orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan doa, motivasi, pengertian dan semangat kasih sayang penulis yang sudah memberi semangat dan motivasi kepada penulis sehingga penulis bisa mencapai pendidikan hingga saat ini.
4. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumartor MS, Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
5. Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Dosen-dosen dan Staff pengajar Program Studi Marketing Communication & Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya.
8. Bapak Eka Priyatna dan seluruh Team Online Polo Ralph Lauren Indonesia yang telah membantu memberikan informasi mengenai Brand Polo Ralph Lauren Indonesia.
9. Motivasi yang selalu mendukung penulis Hafsari Putri Amelia. Terima kasih sudah membantu.
10. Seluruh sahabat-sahabat saya dari Bang Baronx Club, yang selalu memberi kan semangat dan dukungan.

11. Seluruh teman-teman Universitas Mercu Buana terlebih untuk Warkop Fams yang selalu bersama dan saling suport dalam menjalani proses perkuliahan.
12. Dan seluruh pihak yang mungkin tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti. Terima kasih atas pelajaran dan pengalaman hidup yang telah diberikan selama ini.

Peneliti sadar bahwa penyusunan ini masih jauh dari kata kesempurnaan, maka dengan segala kerendahan hati, kritik dan saran yang membangun sangatlah peneliti harapkan. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan mohon maaf apabila ada yang tidak disebutkan.

Besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca.



Jakarta, 08 Mei 2020

Irfan Dhiya Prasetya

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Bauran Promosi (Promotion Mix)	19
2.2.3 Digital Marketing	20
2.2.4 E-Commerce	23
2.2.5 Merek (Brand)	26
2.2.6 Loyalitas Merek (Brand Loyalty)	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel	37

3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	38
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	39
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	40
3.4.1 Definisi Konsep	40
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1 Data Primer	41
3.5.2 Data Sekunder	42
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.1 Uji Validitas	42
3.6.2 Hasil Uji Validitas	43
3.6.3 Uji Reliabilitas	44
3.6.4 Hasil Uji Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisa Data	45
3.7.1 Jenis dan Sumber Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	48
4.1.2 Struktur Manajemen PT Polo Ralph Lauren Indonesia	49
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Profil Responden	49
4.2.2 Hasil Analisis Variable Brand Loyalty	51
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
5.2.1 Saran Akademik	63
5.2.2 Saran Praktis	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2	Operasionalisasi Konsep	40
Tabel 3	Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4	Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 5	Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 6	Usia Responden	50
Tabel 7	Jenis Produk Yang Dimiliki	51
Tabel 13	Hasil Analisis Variabel Y1	52
Tabel 14	Hasil Analisis Variabel Y2	52
Tabel 15	Hasil Analisis Variabel Y3	53
Tabel 16	Hasil Analisis Variabel Y4	54
Tabel 17	Hasil Analisis Variabel Y5	55
Tabel 18	Hasil Analisis Variabel Y6	55
Tabel 19	Hasil Analisis Variabel Y7	56
Tabel 20	Hasil Analisis Variabel Y8	56
Tabel 21	Hasil Analisis Variabel Y9	57
Tabel 22	Hasil Analisis Variabel Y10	58
Tabel 23	Hasil Nilai Mean Variabel Brand Loyalty	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Category Pengguna E-Commerce diseluruh Dunia	3
Gambar 2	Surviy Barang Yang Dibeli Secara Online	5
Gambar 4	Capture Marketplace Shopee PRLI	38
Gambar 5	Struktur Manajement Perusahaan PT PRLI	49

