



Judul Proposal Skripsi :

Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Shopee Pasca Gelombang PHK Terhadap Minat Pembelian : Survei pada Konsumen di Jabodetabek

Proposal Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Clara Kristi Siagian

NIM : 1910411251



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Clara Kristi Siagian

NIM : 1910411251

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 5 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Clara Kristi Siagian

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Clara Kristi Siagian
NIM : 1910411251
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi Pengembangan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive royalty fee*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Shopee Pasca Gelombang PHK Terhadap Minat Pembelian : Survei pada Konsumen di Jabodetabek”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 17 Juli 2023

Yang menyatakan,



Clara Kristi Siagian

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Clara Kristi Siagian

NIM : 1910411251

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Shopee Pasca Gelombang PHK Terhadap Minat Pembelian : Survei pada Konsumen di Jabodetabek

Bahwa penulis skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan Ketua Program Studi, serta telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Yani Hendrayani, Ph.D)

Penguji I

(Dr. Radita Gora Tayibnafis, M.M)

Penguji II

(Windhiadi Yoga S., S.IKom, M.Si)

Ketua Program Studi

(Azwar, SS., M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini berjudul “Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Shopee Pasca Gelombang PHK Terhadap Minat Pembelian : Survei pada Konsumen di Jabodetabek” yang merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu, memberi dukungan, semangat, inspirasi serta motivasi, dan bimbingan atas pengerjaan skripsi ini, terutama kepada Mangontang Siagian dan Ribut Siswati selaku orangtua penulis, Rosmarya Evelyn Siagian dan Andre Jonathan Siagian selaku kakak penulis yang senantiasa tidak pernah berhenti memberikan doa, dukungan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Disamping itu Yani Hendrayani, Ph.D selaku Dosen Pembimbing Skripsi Utama yang selalu bersedia memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang membantu dalam penyusunan skripsi ini. Azwar, SS., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Dr. Radita Gora Tayibnafis, M.M selaku penguji I dan Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom, MA selaku penguji II pada seminar proposal dan Windhiadi Yoga S., S.I.Kom, M.Si selaku penguji II pada sidang skripsi yang telah memberikan kritik dan saran pemikiran dalam penyempurnaan skripsi.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Seluruh jajaran staff dekanat dan staff Akademik dan Kemahasiswaan (Mikmas) selalu siap membantu dalam urusan perkuliahan.

Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada teman-teman terdekat sekaligus teman seperjuangan sejak semester awal perkuliahan hingga saat ini yaitu Naomi Nasya Nathania, Syaharani Alvianita, Darlene Gitta Hamida, Muhammad Rezky Syahputra Kamal, Alif Rafi Fadillah, Eduardus Sultan, dan Frinzen Wicaksono yang selalu ada untuk saling mendukung, bertukar pikiran, dan menyemangati satu sama lain.

Saudara-saudara Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Angkatan 2019 yang berjuang bersama serta berbagi kenangan, pengalaman, dan membuat kesan yang tak terlupakan Semua pihak yang telah membantu tanpa pamrih yang tidak dapat disebutkan secara keseluruhan satu per satu, semoga kita semua berhasil menggapai impian. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada diri sendiri yang telah bertahan dan kooperatif dalam menikmati proses pengerjaan skripsi ini

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Skripsi ini telah diupayakan untuk disusun dengan sebaik-baiknya. Penulis berharap penelitian ini berguna dan bermanfaat bagi banyak pihak untuk dijadikan bahan referensi.

Jakarta, Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Clara Kristi Siagian', written in a cursive style with a large initial 'C' and 'K'.

Clara Kristi Siagian

ANALISIS PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN SHOPEE PASCA GELOMBANG PHK TERHADAP MINAT PEMBELIAN

(Survei pada Konsumen di Jabodetabek)

Clara Kristi Siagian

ABSTRAK

Riset ini bertujuan guna mengkaji pengaruh reputasi Shopee pasca gelombang PHK terhadap minat pembelian konsumen di wilayah Jabodetabek. Teori yang selaras pada riset ini adalah Teori Reputasi Perusahaan. Metode yang digunakan dalam adalah metode kuantitatif. Populasi riset ini yaitu masyarakat konsumen Shopee dengan jumlah sampel yang diperoleh sejumlah 100 responden. Perolehan keterkaitan dimaknai dengan adanya keterikatan positif yang sangat kuat antara Reputasi Perusahaan Shopee Pasca Gelombang PHK terhadap minat pembelian. Hasil ini ditunjang dengan hasil Uji Hipotesis membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu reputasi perusahaan berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen. Teori reputasi perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini terbukti sejalan, terlihat bahwa reputasi yang sudah dibangun Shopee sejak awal sudah tertanam dibenak konsumen sehingga saat terjadi PHK Massal, maka minat beli konsumen tetap meningkat. Reputasi adalah hal yang penting untuk dibangun dengan oleh perusahaan, sehingga citra baik akan tercipta di tengah publik

Kata Kunci : Gelombang PHK Massal, Konsumen, Minat Pembelian, Reputasi Perusahaan

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SHOPEE'S CORPORATE
REPUTATION POST MASS LAYOFFS ON PURCHASE INTENTION
(Survey on Consumers in Jabodetabek)**

Clara Kristi Siagian

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of Shopee's reputation after the wave of layoffs on consumer purchasing intention in the Jabodetabek region. The theory aligned with this research is the Corporate Reputation Theory. The method used in this study is a quantitative method. The research population consists of Shopee consumer community with a sample size of 100 respondents. The findings indicate a strong positive correlation between Shopee's Corporate Reputation after the wave of layoffs and consumer purchasing intention. These results are supported by the Hypothesis Test, which shows that H₀ is rejected and H_a is accepted, meaning that corporate reputation influences consumer purchasing intention. The results are in line with the Corporate Reputation Theory. It is evident that the reputation established by Shopee from the beginning is deeply ingrained in the minds of consumers, so even during the mass layoffs, consumer buying interest remains high. Reputation is an important aspect for companies to build, as it creates a positive image in the middle of public.

Keywords: Corporate Reputation, Consumers Purchase Intention, Mass Layoffs

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	1
DAFTAR GAMBAR	3
DAFTAR LAMPIRAN.....	4
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	5
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Penelitian	15
2.2 Teori Penelitian.....	20
2.3 Kerangka Berfikir	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Deskripsi Objek Penelitian	25
3.2 Metodologi Penelitian.....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5 Operasional Variabel	29
3.6 Metode Analisis	37
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Karakteristik Responden.....	43
4.2.2 Data Analisis Variabel X	46
4.2.3 Data Analisis Variabel Y	58
4.3 Teknik Analisis Data	69
4.3.1 Uji Korelasi.....	69
4.3.2 Uji Regresi Linear Sederhana	70
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi	71
4.3.4 Analisis Faktor.....	71
4.3.4 Uji Hipotesis	77
4.4 Pembahasan	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86

DAFTAR PUSTAKA 87

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X Reputasi	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y Minat Beli	37
Tabel 3.4 Tabel Nilai Alpha Cronbach.....	38
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X Reputasi.....	39
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y Minat Beli	39
Tabel 3.7 Waktu Penelitian	41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.2 Pekerjaan	44
Tabel 4.3 Pendapatan.....	45
Tabel 4.4 Berapa kali melakukan pembelian melalui aplikasi Shopee dalam sebulan ..	45
Tabel 4.5 Pertanyaan X1	46
Tabel 4.6 Pertanyaan X2	47
Tabel 4.7 Pertanyaan X3	48
Tabel 4.8 Pertanyaan X4	49
Tabel 4.9 Pertanyaan X5	50
Tabel 4.10 Pertanyaan X6	51
Tabel 4.11 Pertanyaan X7	52
Tabel 4.12 Pertanyaan X8	53
Tabel 4.13 Pertanyaan X9	54
Tabel 4.14 Pertanyaan X10	55
Tabel 4.15 Pertanyaan X11	56
Tabel 4.16 Pertanyaan X12	57
Tabel 4.17 Pertanyaan Y1	58
Tabel 4.18 Pertanyaan Y2	59
Tabel 4.19 Pertanyaan Y3	60
Tabel 4.20 Pertanyaan Y4	61
Tabel 4.21 Pertanyaan Y5	62
Tabel 4.22 Pertanyaan Y6	63
Tabel 4.23 Pertanyaan Y7	64
Tabel 4.24 Pertanyaan Y8	65

Tabel 4.25 Pertanyaan Y9	66
Tabel 4.26 Pertanyaan Y10	67
Tabel 4.27 Pertanyaan Y11	68
Tabel 4.28 Tingkat Koefisien Korelasi.....	69
Tabel 4.29 Hasil Uji Korelasi.....	69
Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi	70
Tabel 4.31 Hasil Uji Determinasi	71
Tabel 4.32 Hasil Kaiser Meyer Olkin (KMO) dan Barlett's Test of Sphericity	72
Tabel 4.33 Hasil Uji Measure of Sampling Adequacy (MSA).....	72
Tabel 4.34 Communalities.....	74
Tabel 4.35 Total Variance Experience	75
Tabel 4.36 Component Matrix.....	76
Tabel 4.37 Hasil Uji Hipotesis	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Pendapatan dan Laba Shopee pada Q2 2021 – Q2 2022	6
Gambar 1.2 Cerita Eks Karyawan Shopee di LinkedIn.....	7
Gambar 1.3 Respon Publik Terhadap PHK Massal Shopee.....	8
Gambar 2.1 <i>Reputation Driver</i>	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3.1 Logo Shopee	25
Gambar 3.2 Data Statistik Pengguna Shopee pada Q4 2022.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian Via Google Formulir	90
Lampiran 2 Tabel Induk Data Penelitian.....	95
Lampiran 3 Uji Validitas Variabel X	99
Lampiran 4 Uji Validitas Variabel Y	100
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	101
Lampiran 6 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi.....	100