

PROPOSAL TUGAS AKHIR

**ANALIS DESKRIPTIF KUANTITATIF *BRAND IMAGE*  
SASHICAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
PIYAMA KUCING BEANSPAL.ID DI INSTAGRAM  
(STUDI PADA *BROADCAST CHANNEL @PECINTA KUCING*)**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**Diffa Dhiyana Salsabila**

**1201723004**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2025**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Diffa Dhiyana Salsabila

NIM : 1201723004

Tanggal : 19 Februari 2025

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dhiyana', written in a cursive style.

Diffa Dhiyana Salsabila

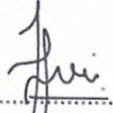
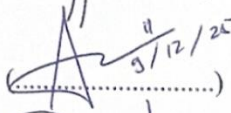

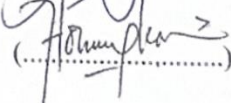
## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Diffa Dhiyana Salsabila  
NIM : 1201723004  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Analisis Deskriptif Kuantitatif *Brand Image* Sashicat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Piyama Kucing Beanspal.Id Di Instagram (Studi Pada *Broadcast Channel @Pecinta Kucing*).

Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan dalam memperoleh gelar Sarjana pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing I	: Ari Kurnia, S.I.Kom., M.Ikom.	(  )
Pembimbing II	: Annisa Fitriana Lestari S.I.K., M.Si.	(  11/12/25)
Penguji I	: Dr. Dessy Kania, B.A., M.A.	(  )
Penguji II	: Dra. Hanny Nurahmawati, M.Ikom.	(  )

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 18 Februari 2025

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan segala puji dan syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat, kasih sayang dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir perkuliahan dengan judul “Analisis Deskriptif Kuantitatif *Brand Image* Sashicat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Piyama Kucing Beanspal.id Di Instagram (Studi Pada *Broadcast Channel @Pecinta Kucing*)” ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai persyaratan untuk kelulusan di program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta. Penulis tidak luput dari berbagai kesulitan dan hambatan dalam membuat tugas akhir ini. Namun dalam pelaksanaan proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan dukungan, semangat dan dibantu oleh berbagai pihak dalam mengatasi segala tantangan yang dihadapi. Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa

Dengan penuh rasa syukur, atas karunia-Nya, penulis mengucapkan terima kasih atas segala kemudahan dan kekuatan yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.

2. Keluarga Penulis

Terima kasih kepada orang tua tercinta khususnya Almarhum Papa Irwan Ekayana, Mama Netty Kurniati, dan Aa Daffa Rizqi Yana, yang senantiasa selalu berdoa dan memberikan dukungan penuh terhadap penulis. Berkat kasih sayang yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

3. Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Miss Ari selaku pembimbing skripsi 1 dengan ketulusan dalam mengajari serta telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.

4. Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Miss Afel selaku pembimbing skripsi 2 yang dengan penuh kesabaran, ketulusan,

dan dedikasi telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam setiap tahap penyusunan skripsi ini.

5. Diri Sendiri

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terimakasih kepada diri penulis sendiri atas segala perjuangan yang telah dilakukan dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

6. Teman dan Kerabat Dekat

Penulis mengucapkan terima kasih yang sangat tulus kepada teman-teman dan kerabat dekat, yaitu Fikri yang selalu menyemangati penulis dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Kepada Aisyah, Avinda, Fatimah, Anggie, Mbak Indah, dan Jasmine yang telah menemani, membantu, dan menghibur penulis pada saat menyusun proposal tugas akhir ini. Terima kasih telah menyemangati penulis hingga saat ini.

7. Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A.

Ucapan terima kasih kepada Miss Dessy Kania selaku dosen penguji seminar proposal dan sidang tugas akhir yang telah meluangkan waktu untuk memberikan kritik, masukan, dan arahan yang bermanfaat bagi penulis.

8. Dra. Hanny Nurahmawati, M.Ikom

Terimakasih kepada Miss Hanny selaku dosen penguji sidang tugas akhir ini, yang senantiasa memberikan apresiasi dan saran membangun hingga memotivasi penulis terkait penulisan skripsi ini.

9. Bebi Kucing Penulis

Terimakasih kepada Bebi kucing penulis yang selalu menemani setiap detik dalam proses menulis. Kehadiran Bebi telah memberikan hiburan serta menjadi *support system* dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Jakarta, 19 Februari 2025



Diffa Dhiyana Salsabila

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Diffa Dhiyana Salsabila  
NIM : 1201723004  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“Analisis Deskriptif Kuantitatif *Brand Image* Sashicat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Piyama Kucing Beanspal.id Di Instagram (Studi Pada *Broadcast Channel @Pecinta Kucing*)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Februari 2025

Yang Menyatakan



Diffa Dhiyana Salsabila

**“Analisis Deskriptif Kuantitatif *Brand Image* Sashicat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Piyama Kucing Beanspal.id Di Instagram (Studi Pada *Broadcast Channel @Pecinta Kucing*)”**

DIFFA DHIYANA SALSABILA

---

**ABSTRAK**

Globalisasi telah mendorong pesatnya perkembangan internet, terutama media sosial seperti instagram, yang kini menjadi platform favorit generasi muda yang dimanfaatkan oleh berbagai pihak. Sashicat, salah satu selebriti kucing yang memanfaatkan instagram untuk membagikan konten unik dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran *brand image* @Sashicat dan keputusan pembelian pada produk piyama kucing oleh komunitas @Pecinta Kucing. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Peneliti melakukan penelitian pada 100 responden yang merupakan komunitas @Pecinta Kucing. Gambaran brand image dari dimensi misteri yang dominan terkait keyakinan komunitas @Pecinta Kucing setelah melihat konten iklan Sashicat. Gambaran keputusan pembelian menunjukkan respon positif terkait pemilihan merek dengan karakteristik merek yang dominan dari komunitas @Pecinta Kucing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang sangat setuju memutuskan terhadap produk piyama kucing @beanspal.id, dengan 70% dari mereka memutuskan, sehingga menegaskan bahwa dimensi misteri dan pemilihan merek dari brand image memiliki hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Brand Image, Keputusan Pembelian, Pemasaran Digital, Selebriti Kucing.**

***“Quantitative Descriptive Analysis of Sashicat Brand Image on Purchase Decision of Beanspal.id Cat Pajamas on Instagram (Study on Broadcast Channel @Pecinta Kucing)”***

DIFFA DHIYANA SALSABILA

---

**ABSTRACT**

*Globalization has driven the rapid development of the internet, especially social media such as Instagram, which is now a favorite platform for the younger generation that is utilized by various parties. Sashicat, one of the cat celebrities who utilizes Instagram to share unique and interesting content. This study aims to determine the description of the @Sashicat brand image and purchasing decisions on cat pajamas products by the @Pecinta Kucing community. The approach used is quantitative with a descriptive analysis method. Researchers conducted research on 100 respondents who are members of the @Pecinta Kucing community. The description of the brand image from the dominant mystery dimension related to the beliefs of the @Pecinta Kucing community after seeing the Sashicat advertising content. The description of the purchasing decision shows a positive response related to the selection of brands with dominant brand characteristics from the @Pecinta Kucing community. The results of this study indicate that respondents who strongly agree decide on the @beanspal.id cat pajamas product, with 70% of them deciding, thus confirming that the mystery dimension and brand selection from the brand image have a strong relationship with purchasing decisions.*

**Keywords: Brand Image, Purchase Decision, Digital Marketing, Cat-fluencer.**



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	12
1.3    Tujuan Penelitian .....	12
1.4    Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	12
1.4.2    Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1    Konsep Yang Relevan.....	14
2.1.1 <i>Brand Image</i> .....	14
2.1.2    Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3    Instagram.....	21
2.2    Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	24
2.3    Kerangka Pemikiran.....	29

BAB III METODE PENELITIAN .....	30
3.1    Desain dan Pendekatan .....	30
3.2    Populasi dan Sampling.....	31
3.2.1    Populasi.....	31
3.2.2 <i>Sampling</i> .....	32
3.2.3    Teknik Sampling .....	33
3.3    Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1    Data Primer .....	34
3.3.2    Data Sekunder .....	34
3.4    Teknik Pengukuran .....	35
3.5    Teknik Analisis Data.....	35
3.5.1    Statistik Deskriptif .....	35
3.6    Teknik Keabsahan Data .....	37
3.6.1    Uji Validitas .....	37
3.6.2    Uji Reliabilitas .....	38
3.7    Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39
3.7.1 <i>Brand Image</i> .....	39
3.7.2    Keputusan Pembelian.....	42
3.8    Hasil Uji Coba Keabsahan Data.....	49
3.8.1    Uji Coba Validitas .....	49
3.8.2    Uji Coba Realiabilitas.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	55
4.1    Gambaran Konteks Penelitian .....	55
4.2    Penyajian Data.....	58
4.2.1    Hasil Uji Keabsahan Data.....	58
4.2.2    Karakteristik Responden.....	63

4.2.3 Tabulasi Data Frekuensi .....	65
4.2.4 Tabulasi Silang .....	80
4.3 Pembahasan .....	84
4.3.1 Gambaran <i>brand image</i> @Sashicat dari persepsi komunitas @Pecinta Kucing 84	
4.3.2 Gambaran keputusan pembelian pada produk piyama kucing beanspal.id oleh komunitas @Pecinta Kucing.....	88
4.3.3 Gambaran <i>brand image</i> @Sashicat terhadap keputusan pembelian produk piyama kucing @beanspal.id.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	98
5.3 Saran dan Implikasi .....	98
5.3.1 Saran Teoritis.....	98
5.3.2 Saran Praktis .....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	100
LAMPIRAN.....	106

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	28
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert.....	35
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Brand Image.....	39
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 3. 4 Hasil Uji Coba Validitas Variabel X .....	50
Tabel 3. 5 Hasil Uji Coba Validitas Variabel Y .....	51
Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba Reliabilitas .....	54
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X).....	58
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	60
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden .....	64
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Brand Image.....	66
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Dimensi Mystery .....	67
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Dimensi Sensuality .....	69
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Dimensi Intimacy.....	70
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....	72
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Pemilihan Produk .....	73
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Pemilihan Merek.....	74
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Pemilihan Saluran Pembelian .....	76
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Jumlah Pembelian.....	78
Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif Waktu Pembelian.....	79
Tabel 4. 15 Hasil Uji Crosstabulation .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Overview Of Internet Use. ....	2
Gambar 1. 2 Overview Of Social Media Use. ....	3
Gambar 1. 3 Social Media APPS : Active User Index.....	4
Gambar 1. 4 Data Persentase Kepemilikan Hewan Peliharaan Di Indonesia. ....	7
Gambar 1. 5 Komentar warganet di akun Instagram @sashicat. ....	9
Gambar 1. 6 Komentar warganet di akun Instagram @sashicat. ....	10
Gambar 4. 1 Viewers @Sashicat di instagram.....	55
Gambar 4. 2 Kolaborasi Lifecat Denny Sumargo dengan Sashi.....	56
Gambar 4. 3 Sashi dengan piyama @beanspal.id .....	57
Gambar 4. 4 Tabel Dimensi Brand Image .....	66
Gambar 4. 5 Tabel Dimensi Mystery .....	68
Gambar 4. 6 Tabel Dimensi Sensuality .....	69
Gambar 4. 7 Tabel Dimensi Intimacy .....	71
Gambar 4. 8 Tabel Dimensi Keputusan Pembelian .....	72
Gambar 4. 9 Tabel Dimensi Pemilihan Produk .....	74
Gambar 4. 10 Tabel Dimensi Pemilihan Merk .....	75
Gambar 4. 11 Tabel Dimensi Pemilihan Saluran Pembelian.....	77
Gambar 4. 12 Tabel Dimensi Jumlah Pembelian.....	78
Gambar 4. 13 Tabel Dimensi Waktu Pembelian.....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	106
Lampiran 2 : Hasil Data Kuesioner.....	111
Lampiran 3 : Hasil olah data SPSS .....	119
Lampiran 4 : Transkrip Wawancara.....	123