

**Pengaruh Kampanye Tematik terhadap *Brand Loyalty* pada
Followers akun Shopee Sanex Indonesia di wilayah DKI Jakarta**

TUGAS AKHIR

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

**ERICA THOMAS GRACEMONIA LIM
1211713019**

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

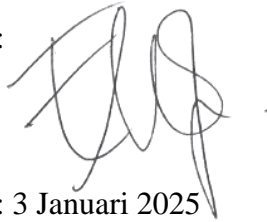
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Erica Thomas Gracemonia Lim

NIM : 1211713019

Tanda Tangan :



Tanggal : 3 Januari 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Erica Thomas Gracemonia Lim

NIM : 1211713019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Kampanye Tematik terhadap *Brand Loyalty* pada Followers akun Shopee Sanex Indonesia di wilayah DKI Jakarta.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 atau S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

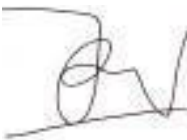
Pembimbing : Dr. Kususanti, M.Si

()

Penguji : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si

()

Penguji : Eli Jamilah Mihardja, Ph.D

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Februari, 2025

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "*Pengaruh Kampanye Tematik terhadap Brand Loyalty pada Followers akun Shopee Sanex Indonesia di wilayah DKI Jakarta*". Skripsi ini dirancang untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Terima Kasih kepada Tuhan dan orang-orang yang telah membantu, mendukung, dan membimbing saya dalam penulisan skripsi ini. Di antaranya:

1. Tuhan Yesus Kristus

Terima kasih, Yesus, karena telah membantu saya menyelesaikan skripsi saya. Melalui setiap langkah perjalanan ini, kehadiran-Nya memberikan kekuatan dan petunjuk.

2. Dr. Kususanti M.Si

Pembimbing utama, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang tak ternilai selama proses penulisan skripsi ini.

3. Andreas Anggara Tampubolon

Terima kasih atas motivasi, perhatian, dan dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh proses penyusunan karya ilmiah tepat waktu.

Serta semua orang yang telah membantu dan berkontribusi pada penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Saya menyadari bahwa skripsi ini tidak lengkap. Akibatnya, saya sangat mengharapkan kritik dan umpan balik yang membangun untuk membantu saya menjadi lebih baik. Skripsi ini, khususnya dalam bidang *marketing communication*, diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan memberikan kontribusi bagi pembaca yang tertarik pada topik tersebut.

Akhir kata, saya berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi orang-orang di masa depan dan akan menjadi titik awal untuk pengembangan pengetahuan.

Universitas Bakrie

Jakarta, 24 Januari 2025

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and flourishes, positioned above the printed name.

Erica Thomas Gracemonia Lim

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Erica Thomas Gracemonia Lim
NIM : 1211713019
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:

Pengaruh Kampanye Tematik terhadap *Brand Loyalty* pada Followers akun Shopee Sanex Indonesia di wilayah DKI Jakarta.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : 3 Januari 2025

Yang menyatakan



**PENGARUH KAMPANYE TEMATIK TERHADAP *BRAND LOYALTY*
PADA *FOLLOWERS* AKUN SHOPEE SANEX INDONESIA DI WILAYAH
DKI JAKARTA**

xi halaman + 78 halaman + 12 lampiran + 26 referensi

Erica Thomas Gracemonia Lim

ABSTRAK

Brand loyalty adalah salah satu tujuan utama perusahaan karena dapat meningkatkan retensi pelanggan, *customer lifetime value*, mengurangi sensitivitas terhadap harga, membangun keunggulan kompetitif, dan memperkuat *word-of-mouth marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kampanye tematik terhadap *brand loyalty* pada pengikut akun *e-commerce* Shopee Sanex Indonesia di DKI Jakarta. Populasi penelitian adalah *followers* Shopee Sanex yang telah membeli produk Sanex lebih dari sekali, berusia 18-40 tahun, berbelanja dalam enam bulan terakhir, memiliki dan mengetahui Sanex Indonesia, serta berdomisili di DKI Jakarta, dengan sampel 156 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling* dengan alat undian/*Spin Wheel* dengan metode analisis linear berganda dan analisis data dilakukan dengan SPSS. Analisis data mencakup uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas), serta uji hipotesis (uji parsial/T, uji simultan/F, dan koefisien determinasi R^2). Nilai koefisien determinasi sebesar 0,866 yang artinya dapat dikatakan bahwa variabel bebas yang dapat menjelaskan terhadap variabel terikat dengan persentase 86%. Penelitian ini hipotesa H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa hipotesa terdukung yaitu variable kampanye tematik (x) memiliki pengaruh terhadap *brand loyalty* (y) pada *followers* akun Shopee Sanex Indonesia.

Kata Kunci: Kampanye tematik, *Brand loyalty*, Shopee, *E-commerce*, *Digital Campaign*.

**PENGARUH KAMPANYE TEMATIK TERHADAP *BRAND LOYALTY*
PADA *FOLLOWERS* AKUN SHOPEE SANEX INDONESIA DI WILAYAH
DKI JAKARTA**

xi halaman + 78 halaman + 12 lampiran + 26 referensi

Erica Thomas Gracemonia Lim

ABSTRACT

Brand loyalty is a key objective for companies as it can enhance customer retention, customer lifetime value, reduce price sensitivity, build a competitive advantage, and strengthen word-of-mouth marketing. This study aims to analyze the effect of thematic campaigns on brand loyalty among followers of the Shopee Sanex Indonesia e-commerce account in DKI Jakarta. The research population consists of Shopee Sanex followers who have purchased Sanex products more than once, are aged 18-40, have made purchases within the last six months, own and are familiar with Sanex Indonesia, and reside in DKI Jakarta, with a sample size of 156 respondents. The sampling technique used is Probability Sampling with a lottery tool/Spin Wheel, employing multiple linear regression as the analysis method. Data analysis includes instrument testing (validity and reliability), descriptive testing, classical assumption testing (normality, multicollinearity, heteroscedasticity), and hypothesis testing (partial/T test, simultaneous/F test, and coefficient of determination R^2). The coefficient of determination value of 0.866 indicates that the independent variables can explain the dependent variable with a percentage of 86%. This research rejects the null hypothesis (H_0) and concludes that the supported hypothesis is that the thematic campaign variable (x) has an influence on brand loyalty (y) among followers of the Shopee Sanex Indonesia account.

Keywords: *Thematic Campaign, Brand Loyalty, Shopee, E-commerce, Digital Campaign.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	2
PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktisi	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Teori yang Relevan	16
2.1.1 Komunikasi.....	16
2.1.2 Kampanye Tematik.....	19
2.1.3 AIDA Model	25
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan)	27
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan	28
2.2.1 Kajian Pernyataan Terdahulu.....	29
2.2.2 Pernyataan Hipotesis	36
2.3 Model Kerangka Hipotesis	36
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Desain dan Pendekatan	38
3.1.1 Pendekatan Penelitian	38
3.1.2 Desain Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampling	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Pengumpulan Data dan Pengukuran	41
3.3.1 Pengumpulan Data.....	42
3.3.2 Pengukuran	42
3.4 Analisis Data	43
3.4.1 Uji Regresi Sederhana	44
3.5 Validasi Data	44
3.5.1 ssUji Validitas	45
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.4 Uji Hipotesis	48
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	50
BAB IV	53

HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	53
4.1.1 Sejarah Sanex Indonesia	53
4.2 Penyajian Data	57
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden.....	57
4.2.2 Analisis Univariat.....	64
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	83
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	86
4.2.5 Analisis Korelasi.....	89
4.2.6 Analisis Regresi Sederhana	91
4.2.7 Uji Hipotesis	92
4.3 Pembahasan	95
BAB V.....	102
SIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Simpulan	102
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	102
5.3 Saran dan Implikasi.....	102
5.2.1 Saran untuk Penelitian Berikutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
DAFTAR LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Skala Likert	43
Tabel 3. 2 Uji Validitas Instrumen	46
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas Instrumen	47
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Umur Responden.....	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Responden	59
Tabel 4. 4 Karakteristik Domisili Responden	60
Tabel 4. 5 Karakteristik Pendidikan Responden	61
Tabel 4. 6 Karakteristik Penghasilan Responden.....	62
Tabel 4. 7 Karakter Responden yang mengetahui Produk Sanex Indonesia.....	63
Tabel 4. 8 Karakter Responden yang memiliki Produk Sanex	63
Tabel 4. 9 Deskriptif Statistik	64
Tabel 4. 10 X1	66
Tabel 4. 11 X2.....	66
Tabel 4. 12 X3.....	67
Tabel 4. 13 X4.....	68
Tabel 4. 14 X5.....	68
Tabel 4. 15 X6.....	69
Tabel 4. 16 X7.....	69
Tabel 4. 17 X8.....	70
Tabel 4. 18 X9.....	71
Tabel 4. 19 X10.....	71
Tabel 4. 20 Y1.....	72
Tabel 4. 21 Y2.....	73
Tabel 4. 22 Y3.....	73
Tabel 4. 23 Y4.....	74
Tabel 4. 24 Y5.....	75
Tabel 4. 25 Y6.....	75
Tabel 4. 26 Y7.....	76
Tabel 4. 27 Y8.....	76
Tabel 4. 28 Y9.....	77
Tabel 4. 29 Y10.....	77
Tabel 4. 30 Y11	78
Tabel 4. 31 Y12.....	79
Tabel 4. 32 Y13.....	79
Tabel 4. 33 Y14.....	80
Tabel 4. 34 Y15.....	81
Tabel 4. 35 Y 16.....	81
Tabel 4. 36 Y 17.....	82
Tabel 4. 37 Y18.....	82
Tabel 4. 38 Hasil Uji Validitas Kampanye Tematik	84

Tabel 4. 39 Hasil Uji Validitas Brand Loyalty	85
Tabel 4. 40 hasil Uji Realibilitas Kampanye Tematik	85
Tabel 4. 41 Hasil Uji Realibilitas Brand Loyalty.....	86
Tabel 4. 42 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	87
Tabel 4. 43 Hasil Uji Multikolinearitas	88
Tabel 4. 44 Hasil Uji Glejser	89
Tabel 4. 45 Hasil Uji Korelasi	90
Tabel 4. 46 Tingkatan Uji Korelasi.....	90
Tabel 4. 47 Hasil Analisis Regresi Sederhana	91
Tabel 4. 48 Hasil Uji T.....	93
Tabel 4. 49 Hasil Uji F.....	94
Tabel 4. 50 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Platform <i>E-Commerce</i> Indonesia.....	6
Gambar 1.2 Top Brand Index (Perlengkapan Rumah Elektrik).....	8
Gambar 1.3 Kampanye Tematik 9.9 Sanex Indonesia.....	9
Gambar 1.4 Kampanye Tematik Ajumma Sanex Indonesia.....	11
Gambar 1.5 Kampanye Tematik Ajumma Sanex Indonesia.....	13
Gambar 2.1 Diagram Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 3. 1 Hasil Undian Probabilitas Sampel (Wheelofnames).....	40
Gambar 4. 1 Logo Sanex Indonesia	53
Gambar 4. 2 Kompor tiga tungku Sanex Indonesia	54
Gambar 4. 3 Kipas Lolilop Sanex Indonesia	55
Gambar 4. 4 Air Fryer Sanex Indonesia.....	56
Gambar 4. 5 Slow Juicer Sanex Indonesia.....	56
Gambar 4. 6 Data Penduduk DKI Jakarta.....	61
Gambar 4. 7 Grafik Scatterplot	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Konstruk Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 1. 2 Sampel Hasil Undi Spin Wheel	111
Lampiran 1. 3 Pengundian Sampel (Wheelofnames).....	114
Lampiran 1. 4 Diagram Kuesioner	115
Lampiran 1. 5 Tabulasi Pre Test	127
Lampiran 1. 6 Tabulasi Kuesioner Penelitian	128
Lampiran 1. 7 Tabulasi Analisis Deskriptif Responden	129
Lampiran 1. 8 Tabulasi Interval X	131
Lampiran 1. 9 Tabulasi Interval Y	132
Lampiran 1. 10 Output SPSS Pre Test	133
Lampiran 1. 11 Hasil Output SPSS Pengujian Statistik.....	138
Lampiran 1. 12 Penelusuran Dokumen.....	144