

PROPOSAL TUGAS AKHIR

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN PT PARAGON TECHNOLOGY &
INNOVATION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
GENERASI Z PADA KOSMETIK MAKE OVER
(Studi Kasus Pada *Followers* Akun Instagram @makeoverid)**

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



VELISYA VIRGIANTI

12110031030

**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 dengan benar.

Nama : Velisya Virgianti

NIM : 1211003130

Tanggal : 20 Juli 2025

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Velisya' with a stylized flourish underneath.

Velisya Virgianti

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Velisya Virgianti
NIM : 1211003130
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Perusahaan PT Paragon Technology and
Innovation Terhadap Loyalitas Pelanggan Generasi Z Pada
Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada *Followers* Akun
Instagram @makeover.id)

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

DEWAN PENGUJI

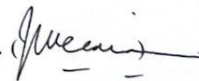
Pembimbing : Annisa Fitriani Lestari, S.I.K., M.Si



Pembahas 1 : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM)



Pembahas 2 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac.



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 15 Agustus 2025

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat, hidayah, serta kasih sayang-Nya yang tiada putus. Hanya dengan izin, kekuatan, dan ridha-Nya, penulis dapat melewati setiap proses panjang hingga akhirnya menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Perusahaan PT Paragon Technology & Innovation Terhadap Loyalitas Pelanggan Generasi Z pada Kosmetik Make Over (Studi Kasus pada Followers Akun Instagram @makeoverid)”** ini. Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi tanggung jawab saya sebagai mahasiswa. Tugas Akhir inipun dapat saya selesaikan berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semuanya.

Dalam kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan, terutama kepada:

1. Kepada Allah SWT

Atas Rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan magang dengan sebaik mungkin. Dengan doa dan juga Rahmat-Nya, penulis bisa mendapatkan tempat magang yang terbaik.

2. Papa dan Mama Tercinta

Rasa hormat dan cinta yang tak terhingga penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, Papa dan Mama. Terima kasih atas setiap doa yang tak pernah putus, atas kerja keras dan pengorbanan yang tak pernah kenal lelah hanya demi kebahagiaan penulis. Kasih sayang, kesabaran, serta dukungan dari Mama dan Papa adalah anugerah terbesar dalam hidup penulis. Doa dari Papa dan Mama adalah alasan penulis mampu berdiri sekuat ini, meski dunia terasa begitu berat. Semoga dengan lancarnya skripsi ini menjadi salah satu bentuk doa tulus kalian selama ini.

3. Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. selaku dosen pembimbing tugas akhir, terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Miss Afel yang telah mendampingi dan membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir yang telah dengan sabar membimbing,

mengarahkan, serta memberikan banyak ilmu dan masukan berharga dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, serta kesediaan Ibu dalam membimbing penulis, meskipun sering merepotkan dengan revisi yang tak sedikit. Semoga segala kebaikan Ibu mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

4. Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM) selaku dosen penguji pertama penulis, terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Miss Aifia yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir.

5. Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac. selaku dosen penguji kedua terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Ibu Mirana Hanastashia yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang membangun sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan lebih baik.

6. Demas Anjaswara

Ucapan terima kasih khusus juga penulis sampaikan kepada sosok terkasih, pacar penulis, yang selalu sabar mendengar setiap keluh kesah, yang setia mengingatkan untuk tetap semangat, bahkan ketika penulis sendiri nyaris menyerah. Terima kasih sudah menjadi rumah paling nyaman untuk berbagi segala rasa takut dan khawatir, serta selalu yakin bahwa penulis bisa melewati semua ini.

7. Diri Sendiri

Penulis juga ingin memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih terdalem kepada diri sendiri. Terima kasih telah tetap bertahan, meski berkali-kali diuji rasa lelah, cemas, bahkan keraguan akan kemampuan diri sendiri. Terima kasih sudah berjuang keras melewati malam-malam panjang yang penuh tangisan dan tekanan. Terima kasih sudah tidak menyerah. Semua proses ini telah membentuk penulis menjadi pribadi yang jauh lebih sabar, tangguh, dan dewasa

8. Teman-teman terdekat Penulis

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang begitu dalam kepada teman-teman terdekat yang selalu hadir, tak hanya dalam tawa namun juga dalam duka. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi yang tenang. Pelukan hangat yang kalian berikan, tawa yang kalian tebarkan, serta kata-kata

penyemangat yang mungkin terdengar sederhana di telinga orang lain, namun bagi penulis, justru menjadi energi untuk semangat.

9. Kepada keluarga besar Komunal Angkatan 21

yang telah menjadi ruang tumbuh, belajar, dan bertukar cerita. Kalian semua adalah bagian penting dalam perjalanan ini

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati memohon maaf serta membuka diri untuk segala saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumbangan kecil dalam khazanah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi pemasaran.

Jakarta, 20 Juli 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Velisya' with a stylized flourish at the end.

Velisya Virgianti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Velisya Virgianti
NIM : 1211003130
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 Citra Perusahaan PT Paragon Technology Innovation terhadap Loyalitas Pelanggan di kalangan Generasi Z pada kosmetik Make Over” (Studi Kasus pada Followers Instagram @makeoverid)”.

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 : 20 Juli 2025

Yang Menyatakan



Velisya Virgianti

ABSTRAK

Di era digital yang serba cepat, citra perusahaan menjadi faktor strategis yang memengaruhi keputusan pembelian, terutama bagi Generasi Z yang sangat responsif terhadap informasi. PT Paragon Technology and Innovation melalui brand Make Over telah membangun citra positif melalui inovasi dan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada produk Make Over dengan studi kasus pada *followers* Instagram @makeoverid. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan teknik regresi terhadap 300 responden yang merupakan *followers* dari @makeoverid. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$, yang berarti citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas, namun secara negatif. Artinya, meskipun citra PT Paragon dinilai baik, loyalitas pelanggan tidak meningkat sejalan. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas Generasi Z juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti persaingan *brand*, preferensi pelanggan, serta posisi Make Over yang belum sepenuhnya menjadi *top of mind* di benak pelanggan.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Loyalitas Pelanggan, PT Paragon Technology and Innovation

ABSTRACT

In today's fast-paced digital era, corporate image has become a strategic factor influencing purchasing decisions, particularly among Generation Z who are highly responsive to information. PT Paragon Technology and Innovation, through its brand Make Over, has built a positive image through innovation and product quality. This study aims to analyze the influence of corporate image on Generation Z's loyalty toward Make Over products, using a case study of the @makeoverid Instagram followers. A quantitative approach was used with regression analysis on 300 respondents who follow @makeoverid. The results show a significance value of < 0.05 , indicating that corporate image affects loyalty, but negatively. This means that although PT Paragon is perceived to have a positive image, it does not necessarily increase customer loyalty. These findings suggest that Generation Z's loyalty is also influenced by other factors such as brand competition, Customer preferences, and the fact that Make Over has not yet fully secured a top-of-mind position among its target audience.

Keywords: *Corporate Image, Customer Loyalty, PT Paragon Technology and Innovation*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II	15
2.1 Konsep Relevan	15
2.1.1 Komunikasi Korporat	15
2.1.1.1 Definisi Komunikasi Korporat	15
2.1.2 Citra perusahaan	17
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	19
2.2 Penelitian Sebelumnya	21
2.3 Kerangka Pemikiran	27

2.4	Hipotesis Penelitian	27
BAB III.....		28
3.1	Desain dan Pendekatan.....	28
3.2	Populasi dan Sampling.....	28
3.2.1	Populasi.....	28
3.2.2	Sampel.....	29
3.2.3	Teknik sampling.....	30
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....Error! Bookmark not defined.	
3.3.1	Data Primer	30
3.3.2	Data Sekunder.....	31
3.4	Teknik Pengukuran.....	32
3.5	Teknik Analisis Data	33
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	33
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	33
3.5.3	Uji Hipotesis	35
3.6	Teknik Keabsahan Data	35
3.6.1	Uji Validitas.....	35
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	36
3.7	Operasionalisasi Variabel.....	37
3.7.1	Variabel Citra Perusahaan (X).....	37
3.7.2	Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	39
BAB IV		47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Gambaran Konteks Penelitian	47
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.2.1.	Hasil Uji Keabsahan Data	48
4.2.2.	Hasil Analisis Deskriptif.....	54
4.2.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.4.	Uji Hipotesis.....	64

4.3. Pembahasan dan Diskusi	66
4.3.1. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan ...	66
4.3.2. Faktor Lain yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	70
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	80
5.3. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN I.....	88
LAMPIRAN II.....	93
LAMPIRAN III	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Inovasi berkelanjutan oleh Paragon (Sumber: Kompas.com, 2024)...	2
Gambar 2.1 Hasil Pencarian Berita Mengenai PT Paragon Technology and Innovation di Google.....	3
Gambar 3.1 Komentar Positif Terhadap Film yang Dirilis oleh Paragon (Sumber: youtube.com/@paragoncorp, 2025).....	4
Gambar 4.1 Unilever Memiliki Citra Perusahaan Yang Posit	6
Gambar 5.1 Perkembangan Kosmetik Top 5 di Indonesia (Sumber: Kompas.co.id, 2024)	7
Gambar 6.1 Peningkatan Pemakaian Produk Kosmetik di Indonesia (Sumber: indocarebnb.com, 2024).....	9
Gambar 7.1 Akun Instagram Make Over Sumber : (Instagram.com/makeoverid, 2025)	11
Gambar 8.1 Make Over Menempati Kosmetik Lokal Peringkat Kedua (Sumber : Compas.co.id, 2022)	12
Gambar 9.1 Komentar Positif Para Pelanggan PT Paragon (Sumber : Tiktok.com/paragoncorp, 2025).....	13
Gambar 10.1 Model Kerangka Hipotesis (Sumber: Olahan Peneliti, 2025).....	27
Gambar 11.1 Metode Cronbach Alpha (Sumber : tambahpintar.com, 2025)	36
Gambar 12.1 Diagram Tertinggi Variabel X (Citra Perusahaan)	58
Gambar 13.1 Diagram Tertinggi Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	Error!
Bookmark not defined.	

DAFTAR TABEL

Table 1.2 Penelitian Terdahulu	22
Table 2.1 Skala Likert.....	32
Table 3.1 Hasil Uji Coba Validitas Citra Perusahaan	41
Table 4.1 Hasil Uji Coba Validitas Loyalitas Pelanggan.....	43
Table 5.1 Hasil Uji Coba Reliabilitas	46
Table 6.1 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	49
Table 7.1 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	51
Table 8.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan	53
Table 9.1 Karakteristik Responden	55
Table 10.1 Analisis Deskriptif Variabel Citra Perusahaan	56
Table 11.1 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	58
Table 12.1 6 Hasil Uji Normalitas	61
Table 13.1 Hasil Uji Linearitas	62
Table 14.1 Hasil Uji Heteroskedasitas	62
Table 15.1 Hasil Model Summary	64
Table 16.1 Hasil Uji F (ANOVA).....	64
Table 17.1 Koefisien Regresi Linear Sederhana.....	65