

**ABSTRAK**  
**PENGARUH *CYBER BRANDING* SHOPEE DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA KALANGAN MASYARAKAT JAKARTA**

**WIDA PAHLITA**

**2016210018**

**(5 bab + --Hal + --Tabel + Lampiran + Bibl(--))**

*Cyber Branding* adalah kegiatan *branding* atau pengenalan merek produk kepada khalayak melalui media online atau internet untuk menciptakan kesadaran khalayak tentang keberadaan merek atau perusahaan. Kegiatan *Cyber branding* setidaknya memiliki tiga tujuan yang perlu dicapai suatu perusahaan yaitu informasi, interaktivitas, dan insting. Bagi suatu perusahaan, kesadaran merek merupakan langkah awal untuk membangun sebuah merek produk. Dan juga sadar akan identitas lainnya dalam sebuah produk. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya Pengaruh *Cyber Branding* Shopee Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Kalangan Masyarakat Jakarta.

Dalam penelitian ini, teori perubahan sikap yang tepat untuk digunakan adalah teori penggabungan informasi (*information – integration*). Bila dikaitkan dengan penelitian ini, *information – integration* sangat berkaitan dengan proses pembentukan sikap yang dapat menimbulkan pengetahuan *brand awareness* pada shopee.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian Eksplanatif yaitu periset tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena tapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan ada pengaruhnya. Bertujuan untuk mengetahui situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Jenis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dan sampel penelitian ini sebanyak 94 responden, yaitu Masyarakat Jakarta RW 07 Kebon Jeruk. Teknik penarikan sampel, menggunakan *Purposive Sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen dan penelitian ini menggunakan analisis *Pearson's Product Moment Corellation*.

Hasil penelitian ini menunjukkan Pengaruh *Cyber Branding* Shopee Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Kalangan Masyarakat Jakarta sebesar 0,89 yang artinya memiliki pengaruh yang sangat kuat.

**Kata Kunci:** *Cyber Branding, Brand Awareness*

## **ABSTRACT**

### **THE IMPACT OF CYBER BRANDING SHOPEE IN BUILDING BRAND AWARENESS AMONG THE PEOPLE OF JAKARTA**

**WIDA PAHLITA**

**2016210018**

**(5 bab + --Hal + --Tabel + Lampiran + Bibl(--))**

Cyber Branding is the branding activities or the introduction of brand product to a wider audience through online media or the internet to create awareness of audiences about the existence of a brand or company. The activities of Cyber branding has at least three objectives that need to be achieved a company, namely the information, interactivity and instinct. For a company, brand awareness is the first step to build a product brand. And also be conscious of the identity of the other in a product. The purpose of this study is to determine the Influence of Cyber Branding Shopee In Building Brand Awareness Among the People of Jakarta.

In this research, the theory of attitude change appropriate to be used is the theory of merging of information (information – integration). When associated with this research, the information – integration is associated with the process of the formation of attitudes that can pose the knowledge of brand awareness on the shopee.

The research method used is the method of research is Explanative that researchers are not just describing the occurrence of the phenomenon but have tried to explain why that phenomenon occurs and no influence. Aims to determine the situations or certain conditions occur or what affect the occurrence of something. Type in this research is quantitative research. And the research sample of 94 respondents, i.e. the People of Jakarta RW 07 Kebon Jeruk. Sampling techniques using Purposive Sampling. In this research, using questionnaire as the instrument and this study uses the analysis of pearson's Product Moment Corellation.

The results of this research show the Impact of Cyber Branding Shopee In Building Brand Awareness Among the People of Jakarta of 0.89 which means to have a very strong impact.

**Key Words: Cyber Branding, Brand Awareness**



