

## ABSTRAK

Judul : Hubungan *Image Marketplace* Shopee Dengan Tingkat Kepercayaan Konsumen.  
Nama : Sherry Gunawan  
Program Studi : Hubungan Masyarakat

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan *image* perusahaan (Shopee) dengan tingkat kepercayaan konsumen (anggota-anggota KMB Sejabodetabek angkatan 2019/2020). Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan tujuan penelitian deskriptif korelasional dan menggunakan metode survei dengan pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu melalui angket (kuesioner) yang akan diukur dengan skala Likert (1-4) untuk mengetahui hubungan *Image marketplace* Shopee dengan tingkat kepercayaan konsumen. Sampel penelitian ini berjumlah 45 orang dengan menggunakan seluruh populasi atau teknik jenuh/ sensus *sampling*. Hasil penelitian ini, yaitu adanya hubungan kuat antara *image marketplace* Shopee dengan tingkat kepercayaan konsumen dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,774. Sedangkan, hasil uji hipotesis nilai  $t$  hitung = 6.179 dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara variabel *image* perusahaan Shopee (X) dengan variabel tingkat kepercayaan konsumen (Y) khususnya anggota-anggota KMB Sejabodetabek angkatan 2019/2020.

**Kata Kunci** : *Marketplace*, Shopee, *Image* Perusahaan, Kepercayaan Konsumen

**ABSTRACT**

**Title** : *The relationship between Shopee's marketplace image and the level of consumer confidence.*

**Name** : *Sherry Gunawan*

**Study Program** : *Public Relations*

*This study was conducted to determine the extent of the relationship between the company's image (Shopee) and the level of consumer trust (members of KMB Sejabodetabek batch 2019/2020). This study uses a quantitative design with the aim of correlational descriptive research and uses a survey method with primary data collection by giving questions to individual respondents through a questionnaire (questionnaire) which will be measured with a Likert scale (1-4) to determine the relationship between Shopee marketplace image and level of consumer trust. The sample of this study amounted to 45 people using the entire population or saturated/census sampling technique. The results of this study, namely there is a strong relationship between the Shopee marketplace image and the level of consumer confidence with a correlation coefficient value of 0.774. Meanwhile, the results of the hypothesis test value of  $t \text{ count} = 6.179$  with a significant value of  $0.000 < 0.05$ , then  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, thus it can be concluded that there is a relationship between the Shopee company image variable (X) and the consumer confidence level variable (Y), especially members of the KMB Sejabodetabek batch 2019/2020.*

**Keyword** : *Marketplace, Shopee, Company's Image, Consumer Trust*