

**PENGARUH PRESEPSI *MARKETING PUBLIC RELATION* TERHADAP
BRAND IMAGE DAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan JNE di Yogyakarta)**

**THE INFLUENCE OF *MARKETING PUBLIC RELATION*
PERCEPTIONS ON *BRAND IMAGE* AND CUSTOMER LOYALTY
(Study on JNE Customers in Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
Soni Septianto Wibowo
20170410357

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Soni Septianto Wibowo

Nomor Mahasiswa : 20170410357

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PRESEPSI *MARKETING PUBLIC RELATION* TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN *LOYALITAS PELANGGAN* (Studi pada Pelanggan JNE di Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya maupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 31 Januari 2021



Soni Septianto Wbowo

MOTTO

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut
untuk kebaikan dirinya sendiri.”

(QS. Al ‘Ankabut:6)

“Ambilah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang
mengatakannya.”

(Nabi Muhammad SAW)

“Pandanglah hari ini. Kemarin adalah mimpi. Dan esok hari hanyalah sebuah visi.
Tetapi, hari ini yang sungguh nyata. Menjadikan kemarin sebagai mimpi bahagia,
dan setiap esok sebagai visi harapan.”

(Alexander Pope)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah, rahmat dan anugerahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan lancar. Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk pihak yang tidak henti telah memberikan dukungan, motivasi dan semangat sampai skripsi ini terselesaikan.

1. Kedua orangtua dari penulis yaitu, Bapak Prastowo Budi Santoso dan Ibu Sunu Dasiyah, kakak dari penulis Erlintan Dyah Novitasari dan Ilham Anggi Prasetyo yang selalu memberi dukungan dan doa, merekalah orang pertama yang membeikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Saudari Renitha Shiva Saskia yang tidak henti menemani saya dan meberikan doa, semangat serta motivasi, semoga skripsi ini bisa menjadi motivasi untuk pasangan penulis dalam mengerjakan tugas akhirnya.
3. Sahabat penulis Isa Mahendra Gumelar yang selalu memberikan dukungan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Sahabat penulis sejak dari awal kuliah Irfan Murtadha Adam, M. Rizalul Fikri, Mufid Naufal, Hudzafiah Mubarak, Trisna Cahya Ningrum, Salsabila Julia Mumtaz, Nuraida Kurniasari, Renisa Dwi Kristanti, Novenda Herning, Safira Abni Aliyah dan Dinda Agnaresta yang tidak henti memberikan dorongan semangat dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi.
5. Teman-teman Manajemen Angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih sudah menjadi teman berbagi ilmu dan pengalaman yang sangat berharga saat kuliah.
6. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan karunia, rahmat dan kemudahan dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Marketing Public Relation* Terhadap *Brand Image* dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada pelanggan JNE di Kota Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan strategi *marketing public relation* untuk mempengaruhi *brand image* dan loyalitas pelanggan serta memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Dr. Rizal Yaya S.E., M.sc., Ak, CA yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.SI. Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.
3. Dra. Hasnah Rimiati, M.Si selaku dosen pembimbing dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan memperdalam karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, Januari 2021



Soni Septianto Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. <i>Marketing Public Relations</i>	6
2. <i>Brand Image</i>	7
3. Loyalitas Pelanggan	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	11
D. Pengembangan Hipotesis	16
E. Model Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Subjek dan Objek Penelitian	21

B. Jenis Data	21
C. Teknik Pengumpulan Data.....	22
D. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
1. <i>Marketing Public Relations (X1)</i>	24
2. <i>Media identitas Brand Image (X2)</i>	25
3. <i>Loyalitas Pelanggan (Y)</i>	25
F. Uji Kualitas Instrumen	26
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	30
B. Uji Kualitas Instumen	34
C. Analisis dan Uji Hipotesis.....	36
D. Pembahasan.....	44
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	48
A. Simpulan	48
B. Keterbatasan Penelitian.....	48
C. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.....	11
Tabel 3. 1.....	22
Tabel 4. 1.....	32
Tabel 4. 2.....	32
Tabel 4. 3.....	33
Tabel 4. 4.....	34
Tabel 4. 5.....	35
Tabel 4. 6.....	36
Tabel 4. 7.....	38
Tabel 4. 8.....	40
Tabel 4. 9.....	41
Tabel 4. 10.....	43
Tabel 4. 11.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	20
Gambar 4. 1	31
Gambar 4. 2	37