



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**Bidang Studi Public Relations**

Nama : Andriyan Prawira  
NIM : 44214010044  
Judul : PERSEPSI MASYARAKAT PEGADUNGAN  
JAKARTA BARAT TERHADAP CITRA  
PERUSAHAAN PT PALYJA  
Bibliografi : 90 Halaman, 20 buku (Tahun 2002-2013) ;5 Jurnal ; 8  
Situs Internet

### **ABSTRAKSI**

Persepsi dan citra sangat berpengaruh dalam tumbuh kembang perusahaan untuk memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan dan mendapatkan kepercayaan dari pada publiknya, serta berpengaruh terhadap produk yang dikeluarkan dan konsumen akan memilih produk tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi masyarakat Pegadungan Jakarta Barat terhadap citra PT PALYJA, dengan landasan teori persepsi dengan *dimensi awareness dan knowledge*. Dalam teori ini tahap terpenting adalah interpretasi dari informasi yang didapat melalui salah satu indera atau lebih. Interpretasi berhubungan dengan bagaimana manusia mengolah informasi yang masuk sehingga dapat diterima oleh akal. Hasil interpretasi dapat berupa *cognitive*. Tahapan *cognitive* merupakan tahapan keyakinan individu atas hal – hal yang dimiliki suatu objek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *kuantitatif* dengan tipe penelitian *eksplanatif*, dan menggunakan metode *survey*. Kuesioner dibagikan ke 100 responden dari pelanggan PT. PALYJA Pegadungan Jakarta Barat.

Hasil penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa persepsi masyarakat terhadap PT Palyja dari dimensi pelayanan dengan mean sebesar 4.035%, dimensi kualitas dengan mean sebesar 4.46%, dimensi service dengan mean sebesar 4.2%, dimensi harga dengan mean sebesar 4.28. Dapat dilihat dari akumulasi jawaban responden yang berisi 14 pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner kepada 100 pelanggan PT PALYJA Pegadungan Jakarta Barat menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban yang positif.