



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PUBLIC RELATIONS**

Nama : Maria Lady Caroline Sosesari
Nim : 44214120023
Judul : Pengaruh Program *Visit Company* Terhadap Peningkatan *Corporate Branding* Metro TV
Bibliografi : 99 Halaman + V Bab + Lampiran + 15 buku

ABSTRAKSI

Skripsi ini menggunakan penelitian kuantitatif melalui metode survey kepada Peserta *visit company* di Metro TV mengenai pengaruh program *visit company* tersebut apakah dapat meningkatkan citra Metro TV, untuk membentuk *corporate image* yang baik di mata masyarakat atau sebab akibat antar variabel yang akan diteliti dan keterkaitan hubungan tersebut saling mempengaruhi untuk menguji suatu hipotesis.

Tujuan penelitian ini untuk membuktikan dan menganalisis adanya pengaruh program *visit company* terhadap peningkatan *corporate branding* di Metro TV.

Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan analisis regresi linier dengan uji f dan uji t. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta *visit company* di Metro TV yang berjumlah 1.465 peserta. Sampelnya adalah dengan menggunakan metode *Proportionate Stratified Random Sampling* dengan rumus Yamane ditemukanlah jumlah sampelnya 94 peserta.

Hasil pengujian analisis variabel pengaruh program *visit company* terhadap peningkatan *corporate branding* memiliki angka koefisien korelasi (r) dengan = 0,886 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa hubungan kedua variabel adalah. Dilihat dari nilai koefisien r sebesar 0,886 (berada di 0,80 - 1,000) dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel X dengan variabel Y masuk kedalam kategori korelasi yang sangat tinggi atau sangat kuat. Variabel pengaruh program *visit company* dengan uji F. Dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebaran data dari pengaruh program *visit company* (X) didapatkan $p = 0,015$ dan sebaran peningkatan *corporate branding* (Y) didapatkan $p = 0,103$ yang berarti data X dan Y berdistribusi normal. Dalam uji F diketahui nilai F hitung sebesar $9,692 >$ nilai F- Tabel sebesar p value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Pengaruh Program *Visit Company* (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan *Corporate Branding* (Y). Dengan demikian bahwa hipotesis yang menyatakan program *visit company* memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan peningkatan *corporate branding* diterima.

Kata kunci : *Brand, Corporate Brand, Visit Company, Branding*



**UNIVERSITY OF MERCU BUANA
FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCES
PUBLIC RELATIONS**

Name : Maria Lady Caroline Sosesari
Nim : 44214120023
Title : The Influence Of Visit Company Program Against
Corporate Branding Enhancement in Metro TV
Bibliography : 99 Page + V Chapter + Attachment + 15 book

ABSTRACT

This thesis researched through quantitative methodology. Through surveys on Metro TV visit company participants. This thesis Analysing effect of visit company program on brand Metro TV enhancement. The methodology above used In order to find if there is corporate image enhancement and cause condition between variables that in research and to test hypothesis.

This research purposes to prove and analyze effect of visit company program against corporate branding enhancement in Metro TV.

In order to prove and analyze the variables. Linear regression analysis is used. Population in this research is the Metro TV visit company participants of total 1.465 participants. Sample came from using Proportionate Stratified Random Sampling from Yamane formula. Through that sampling technique, 94 participants acquired as sample..

Test results for variable analysis effect of visit company program on against corporate branding enhancement has a correlation coefficient number (r) with 0.886 with a value Significance, because the significance value is $0,000 < 0,05$ so H_0 rejected and it can be concluded that the relationship between the two variables is significant and H_a is accepted or there is a relation between variable X and Variable Y . Viewed from the r coefficient value of 0.886 (at $0,80 - 1,000$) it can be concluded that the relationship between variables and variables falls into the category very strong correlation. Effect of Visit Company program Variables that undergo Kolmogorov-Smirnov's normality test shows the value of Asymp. Sig.tailed) distribution of data from Interpersonal Communication (X) is p. 103 and the distribution of customer satisfaction (Y) is obtained which means datas normally distribute. In the test it is known that the calculated value is 9,692 Table of value of 0.003 is smaller than 0.05 so H_0 is rejected and H_a accepted which means effect of visit company program (X) has an influence significant to corporate branding enhancement(Y). Thus the hypothesis which states the effect of visit company program has influence positive and significant with corporate branding enhancement received.

Keyword: Brand, Corporate Brand, Visit Company, Branding