



**PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI RESTORAN BLUEGRASS BAR &  
GRILL JAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Disusun oleh :**

**SITI NURAENI  
44216110199**

**Program Studi Komunikasi  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap  
Keputusan Berkunjung Di Restoran Bluegrass  
Bar & Grill Jakarta

Nama : Siti Nuraeni

NIM : 44216110199

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 10 Agustus 2020  
Mengetahui,  
Pembimbing

(Gufroni Sakaril, Drs, MM)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap  
Keputusan Berkunjung Di Restoran Bluegrass  
Bar & Grill Jakarta

Nama : Siti Nuraeni

NIM : 44216110199

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 Agustus 2020

Ketua Sidang,  
Dr. Elly Yuliani, M.Si



(.....)

Penguji  
Novi Erlita, MA



(.....)

Pembimbing  
Gufroni Sakaril, Drs, MM



(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap  
Keputusan Berkunjung Di Restoran Bluegrass  
Bar & Grill Jakarta  
Nama : Siti Nuraeni  
NIM : 44216110199  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 Agustus 2020  
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

  
(Dr. Ely Yulhawati, M.Si)

  
(Gufroni Sakaril, Drs, MM)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Komunikasi

  
(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Bidang Studi *Public Relations*  
Siti Nuraeni  
44216110199

Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Keputusan Berkunjung Di Restoran Bluegrass Bar & Grill Jakarta

Bibliografi: 5 Bab 103 Halaman + Lampiran + 21 Buku + 6 jurnal

#### **ABSTRAK**

Marketing Public Relations merupakan bentuk program komunikasi yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produknya. Keputusan berkunjung konsumen adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relations*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Keputusan Berkunjung di Restoran Bluegrass Bar & Grill Jakarta. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode non probability sampling rumus slovin. Analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Sederhana dan diolah dengan program SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Marketing Public Relations berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Restoran Bluegrass Bar & Grill Jakarta karena memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$  dengan besar pengaruh sebesar 0,329. Dimensi identitas memiliki tanggapan lebih tinggi dibandingkan dimensi lainnya sehingga Restoran Bluegrass Bar & Grill Jakarta harus mampu mempertahankan identitasnya sebagai restoran dengan konsep *modern country*

Kata Kunci : Marketing Public Relations, Keputusan Berkunjung, Restoran Bluegrass Bar & Grill Jakarta



### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nuraeni  
NIM : 44216110199  
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan Judul: “Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Keputusan Berkunjung Di Restoran Bluegrass Bar & Grill Jakarta” Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang di publikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 10 Agustus 2020

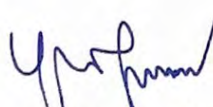
Yang membuat pernyataan,



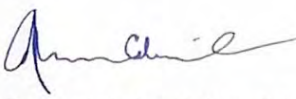
(Siti Nuraeni)

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Gufroni Sakaril, Drs, MM)

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Puji dan Syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan merahmati setiap langkah dalam menuju kebaikan. Shalawat dan salam saya panjatkan juga kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, seorang istimewa dengan akhlak luar biasa yang membawa umatnya menuju zaman yang penuh dengan rahmatan lil alamin.

Penyusunan proposal penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata 1 (S1) fakultas ilmu komunikasi public relations Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Keputusan Berkunjung di Restoran Bluegrass Bar & Grill”**, peneliti banyak sekali mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu penelitian ini :

1. Bapak Gufroni Sakaril, Drs, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan kesabaran, kepercayaan, dan memberikan motivasi hingga terselesaikannya proposal penelitian ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta.

3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta
4. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta
5. Bapak H. Busro dan Ibu Zubaedah, Orang tua terkasih yang telah memberikan jalan, motivasi, semangat, serta doa-doa yang teramat besar hingga peneliti mampu untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
6. Bluegrass Bar & Grill yang telah memberikan arahan serta izin kepada peneliti
7. Pihak Responden yang telah meluangkan waktu nya untuk mengisi kuesioner guna pengumpulan data peneliti
8. Johanes Aditya, Maykel Arrachman, Siti Rosidah, Dina Nurdiana, Isfan farabi, Adelwine Rene Serta Bluegrass Team selaku sahabat yang telah memberikan dukungan serta selalu membantu dalam berbagai kesusahan.

Saya menyadari bahwa tulisan saya masih banyak kekurangan dan juga jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran akan saya butuhkan agar kedepannya saya dapat memberikan karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, saya berharap agar tugas akhir saya selesaikan ini dapat berguna bagi semua pihak.

Jakarta, 18 Juni 2020



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR .....	iv
ABSTRAK .....	v
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I Pendahuluan</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Teoritis .....	14
2.2.1 Konsep <i>Public Relations</i> .....	14
2.2.1.1 Definisi <i>public relations</i> .....	14
2.2.1.2 Fungsi <i>Public Relations</i> .....	15

2.2.2	<i>Marketing Public Relation</i> .....	17
2.2.2.1	Proses <i>Marketing Public Relations</i> (MPR) .....	21
2.2.2.2	Komponen <i>Marketing Public Relations</i> (MPR).....	23
2.2.2.3	Kegunaan MPR .....	24
2.2.2.4	Alat <i>Marketing Public Relations</i> .....	26
2.2.2.5	Hubungan antara <i>Public Relations</i> dan <i>Marketing</i> .....	27
2.2.2.6	Hubungan antara <i>Public Relation</i> dengan <i>Marketing Public Relations</i> .....	29
2.2.3	Keputusan Berkunjung .....	30
2.2.3.1	Pengertian Keputusan berkunjung .....	30
2.2.4	Kerangka Pemikiran .....	32
2.3	Hipotesis Teori.....	33

### **BAB III Metodologi Penelitian**

3.1	Paradigma Penelitian .....	35
3.2	Metode Penelitian .....	35
3.3	Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1	Populasi .....	36
3.3.2	Sampel .....	36
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	37
3.4	Definisi dan Operasional Konsep .....	38
3.4.1	Definisi Konsep .....	38
3.4.2	Operasional Variabel.....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43

3.6	Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1	Uji Asumsi Klasik .....	49
3.6.2	Uji Analisis Regresi Linear sederhana .....	51
3.6.3	Uji Hipotesis.....	52
<b>BAB IV Hasil Dan Pembahasan</b>		
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	55
4.2	Karakteristik Responden.....	66
4.3	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	68
4.3.1	Frekuensi Variabel Marketing Public Relation (X).....	68
4.3.2	Frekuensi Variabel Keputusan Berkunjung Konsumen (Y).....	82
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	91
4.5	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	94
<b>BAB V Kesimpulan Dan Saran</b>		
5.1	Kesimpulan .....	100
5.2	Saran .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....		104
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Data Pengunjung Restoran Bluegrass Bar & Grill Juli – Desember 2019 .....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1	Variabel Marketing Public Relation (X) .....	39
Tabel 3.2	Keputusan Berkunjung Konsumen (Y) .....	42
Tabel 3.3	Uji Validitas Instrumen Marketing Public Relation (X) .....	46
Tabel 3.4	Uji Validitas Instrumen Keputusan Berkunjung Konsumen (Y) .....	47
Tabel 3.5	Uji Reliabilitas Variabel Marketing Public Relation (X) .....	48
Tabel 3.6	Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Berkunjung Konsumen (Y) .....	48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	66
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	67
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan penghasilan 1 bulan.....	67
Tabel 4.4	Kunjungan ke Bluegrass Bar & Grill Jakarta dalam 1 bulan .....	68
Tabel 4.5	Saya mengetahui informasi promosi produk Bluegrass Bar & Grill melalui brosur ( <i>flyer</i> ) ( $X_1$ ) .....	69
Tabel 4.6	Saya merasa tertarik untuk membaca brosur ( <i>flyer</i> ) mengenai Restoran Bluegrass Bar & Grill ( $X_2$ ).....	69
Tabel 4.7	Saya mampu memahami isi pesan yang disampaikan dalam brosur ( <i>flyer</i> ) Restoran Bluegrass Bar & Grill ( $X_3$ ).....	70
Tabel 4.8	Media informasi yang digunakan Restoran Bluegrass Bar & Grill telah tepat sasaran ( $X_4$ ) .....	70

Tabel 4.9	Saya mengenal Restoran Bluegrass Bar & Grill melalui <i>events</i> (seminar, <i>talk show</i> , pameran, peringatan hari jadi, musik) (X <sub>5</sub> )	71
Tabel 4.10	Kegiatan yang diselenggarakan Restoran Bluegrass Bar & Grill ( <i>kitchen tour</i> ) menarik perhatian saya (X <sub>6</sub> )	71
Tabel 4.11	Frekuensi <i>events</i> (seminar, <i>talk show</i> , pameran, peringatan hari jadi, musik) yang diikuti oleh Restoran Bluegrass Bar & Grill dapat dikatakan sering (X <sub>7</sub> )	72
Tabel 4.12	Restoran Bluegrass Bar & Grill cukup representative dalam mengikuti setiap <i>events</i> (X <sub>8</sub> )	72
Tabel 4.13	Saya mengetahui informasi Restoran Bluegrass Bar & Grill melalui <i>website</i> , internet atau media elektronik lainnya (X <sub>9</sub> )	73
Tabel 4.14	<i>Press Release</i> Restoran Bluegrass Bar & Grill dikemas dengan menarik dan sesuai (X <sub>10</sub> )	73
Tabel 4.15	Saya dapat mencari informasi Restoran Bluegrass Bar & Grill dengan mudah (X <sub>11</sub> )	74
Tabel 4.16	Saya rasa “Restoran Bluegrass Bar & Grill” merupakan nama yang pantas untuk sebuah restoran pizza (X <sub>12</sub> )	74
Tabel 4.17	Slogan “ <b>Better Ingredients, Better Taste, and more comfortable places Guaranteed</b> pada Restoran Bluegrass Bar & Grill sangat sesuai (X <sub>13</sub> )	75
Tabel 4.18	Saya mengagumi logo, desain interior, seragam berpakaian karyawan Bluegrass Bar & Grill (X <sub>14</sub> )	75
Tabel 4.19	Frekuensi Variabel Marketing Public Relation (X)	76

Tabel 4.20	Saya mengetahui tentang Restoran Bluegrass Bar & Grill dari teman / keluarga (Y <sub>1</sub> ).....	82
Tabel 4.21	Saya berkunjung ke Restoran Bluegrass Bar & Grill karena sedang tren (Y <sub>2</sub> ) .....	82
Tabel 4.22	Restoran Blugrass Bar & Grill terkenal akan makanan dan minumannya (Y <sub>3</sub> ) .....	83
Tabel 4.23	Dari Banyaknya pilihan Restoran, saya lebih tertarik Restoran Bluegrass Bar & Grill (Y <sub>4</sub> ) .....	83
Tabel 4.24	Harga Menu makanan dan minuman di Restoran Bar & Grill Terjangkau (Y <sub>5</sub> ) .....	84
Tabel 4.25	Harga untuk penambahan paket makanan dan minuman di Restoran Bar & Grill terjangkau (Y <sub>6</sub> ) .....	84
Tabel 4.26	Restoran Bluegrass Bar & Grill menyediakan berbagai menu makanan dan minuman baik per item maupun paketan (Y <sub>7</sub> ).....	85
Tabel 4.27	Saya sering berkunjung ke Restoran Bluegrass Bar & Grill (Y <sub>8</sub> )	85
Tabel 4.28	Destinasi Wisata Kuliner Restoran Bar & Grill yang tepat saat libur akhir pekan (Y <sub>9</sub> ).....	86
Tabel 4.29	Metode pembayaran di Restoran Bar & Grill bisa tunai (Y <sub>10</sub> )...	86
Tabel 4.30	Di Restoran Bar & Grill ada fasilitas pembayaran melalui kartu (debit atau kredit bahkan online) (Y <sub>11</sub> ) .....	87
Tabel 4.31	Restoran Bar & Grill juga menerima pembayaran melalui aplikasi (Gopay maupun Ovo) (Y <sub>12</sub> ).....	87
Tabel 4.32	Frekuensi Variabel Keputusan Berkunjung Konsumen (Y).....	88



Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	94
Tabel 4.34 Hasil Koefisien Determinasi (Model Summary).....	96



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Irisan Tiga Lingkaran Marketing Public Relations .....	20
Gambar 2.2 Segitiga Emas Strategi Marketing Public Relations .....	21
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas.....	92
Gambar 4.2 Grafik Uji Heterokedastisitas .....	93

