



**PENGARUH *CORPORATE IMAGE* PENANG BISTRO TERHADAP  
MINAT BELI *CUSTOMER* DI CENTRAL PARK MALL JAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

Disusun Oleh:

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**Nurhasanah**

**44216110030**

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2020**

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurhasanah

NIM : 44216110030

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Pengaruh Corporate Image Penang Bistro Terhadap Minat Beli Customer di Central Park Mall Jakarta**

Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan 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, 17 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan,



6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
(Nurhasanah)



**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul : **Pengaruh Corporate Image Penang Bistro Terhadap  
Minat Beli Customer di Central Park Mall Jakarta**

Nama : Nurhasanah

NIM : 4421611030

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Agustus 2020

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

(Drs. Gufroni Sakaril, MM)



**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **Pengaruh Corporate Image Penang Bistro Terhadap  
Minat Beli Customer di Central Park Mall Jakarta**

Nama : Nurhasanah

NIM : 44216110030

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 17 Agustus 2020

**Ketua Sidang**  
Anindita, M.Ikom

()

**Penguji**  
Drs. Marwan Mahmudi, M.Si

()

**Pembimbing**  
Drs. Gufroni Sakaril, MM

()



**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **Pengaruh Corporate Image Penang Bistro Terhadap  
Minat Beli Customer di Central Park Mall Jakarta**

Nama : Nurhasanah

NIM : 44216110030

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 17 Agustus 2020

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi *Public Relations***

(Drs. Gufroni Sakaril, MM)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

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

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Nurhasanah  
44216110030

## **Pengaruh *Corporate Image* Penang Bistro terhadap Minat Beli *Customer* di Central Park Mall Jakarta**

(5 Bab, 100 Halaman, 20 Bibliografi buku, 5 Jurnal)

### **ABSTRAK**

*Corporate Image* (citra) positif suatu organisasi/perusahaan dapat tercapai apabila *Public Relations* dalam organisasi/perusahaan tersebut mampu melakukan komunikasi timbal balik dengan pihak lain secara baik. Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Ruslan bahwa aktivitas public relations sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communication*) antara perusahaan atau suatu lembaga.

*Corporate image* menjadi salah satu strategi yang dilakukan banyak perusahaan untuk menarik konsumen dan meyakinkan mereka untuk melakukan pembelian. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate image* penang bistro terhadap minat beli *customer* di Central Park Mall.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan tipe penelitian eksplanatif dan metode penelitian survey. Konsep yang diambil adalah *Corporate Image* (Kotler) dan Minat Beli (Duriyanto, dkk).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil pengujian Pengaruh *Corporate Image* Penang Bistro terhadap Minat Beli *Customer* di Central Park Mall adalah variabel *corporate image* pada dimensi *corporate credibility* mendapatkan nilai 78% sangat signifikan sedangkan pada variabel minat beli pada dimensi minat referensial mendapatkan nilai 70% sangat signifikan dengan demikian menunjukkan ada pengaruh positif variabel Pengaruh *Corporate Image* Penang Bistro terhadap Minat Beli *Customer* di Central Park Mall. Jika dilihat dari dampaknya, ada efek komunikasi massa, yaitu: kognitif. Hasilnya menunjukkan bahwa responden mengalami efek yang beragam, namun, sebagian besar sudah sampai kognitif karena sebagian besar responden setuju bahwa *corporate image* penang bistro membuat pengaruh terhadap minat beli.

Kata Kunci: Komunikasi, *Corporate Image*, Minat Beli

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Pengaruh *Corporate Image* Penang Bistro Terhadap Minat Beli *Customer* di Central Park Mall Jakarta”**. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Tugas Akhir.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, saya banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil, sehingga tugas akhir ini akhirnya dapat diselesaikan sesuai dengan waktunya. Teriring saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah turut membantu saya, diantaranya:

1. Bapak Drs. Gufron Sakaril, MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si., selaku Ketua Program Studi Public Relations, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Ponco Budi Sulisty, M. Com, Ph. D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Hidayatullah dan Ibu Eva Sudiar yang selalu memberikan doa tiada henti, motivasi, saran positif yang membangun dan dukungan baik secara moral maupun materil, juga kepada adik saya

dahlia, fahmi, fahri, adit dan seluruh keluarga yang selalu memberikan semangat.

6. Bapak Henry Setiawan selaku General Manager Penang Bistro dan Bapak Timbul sebagai Manager Penang Bistro Central Park Mall yang telah memberikan izin untuk penelitian saya, sehingga saya bisa menyelesaikan penelitian ini.
7. Toiroh, Rezi, Nadya dan Rafi teman-teman seperjuangan yang telah memberikan support, saran dan dukungan dalam menulis Tugas Akhir sehingga dapat berjalan dengan lancar.
8. Gondho Anditia, Aditya Riera, Yulia Putri, Shinta Felencia teman-teman kerja saya yang sudah memberikan support dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap permasalahan yang sedang dihadapi. Untuk menuju kesempurnaan tugas akhir ini dimasa yang akan datang, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan wawasan bagi pembaca sekalian khususnya bagi penulis sendiri.

Jakarta, 17 Agustus 2020

**Nurhasanah**



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....             | i    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....              | ii   |
| <b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....       | iii  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR</b> ..... | iv   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                 | v    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                          | vi   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                              | viii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                       | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                  | 1    |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                          | 8    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                          | 9    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                         | 9    |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                 | 10   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                       | 10   |
| 2.2 Komunikasi Organisasi .....                      | 13   |
| 2.3 <i>Public Relations</i> .....                    | 16   |
| 2.4 <i>Image</i> .....                               | 21   |
| 2.5 Proses Pembentukan <i>Image</i> .....            | 23   |
| 2.6 <i>Corporate Image</i> .....                     | 26   |
| 2.7 Perilaku Konsumen .....                          | 30   |
| 2.7.1 Minat.....                                     | 33   |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.8 Hipotesis Teori .....                             | 38        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>            | <b>39</b> |
| 3.1 Paradigma Penelitian.....                         | 39        |
| 3.2 Tipe Penelitian .....                             | 40        |
| 3.3 Metodologi Penelitian .....                       | 42        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....                         | 43        |
| 3.4.1 Populasi.....                                   | 43        |
| 3.4.2 Sampel .....                                    | 44        |
| 3.5 Teknik Penarikan Sampel .....                     | 45        |
| 3.6 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep ..... | 47        |
| 3.6.1 Definisi Konsep .....                           | 47        |
| 3.6.2 Operasionalisasi Konsep.....                    | 48        |
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data.....                      | 50        |
| 3.7.1 Data Primer .....                               | 50        |
| 3.7.2 Data Sekunder.....                              | 51        |
| 3.7.3 Validitas dan Reliabilitas.....                 | 52        |
| 3.7.3.1 Validitas .....                               | 52        |
| 3.7.3.2 Reliabilitas.....                             | 54        |
| 3.8 Teknik Analisa Data.....                          | 56        |
| 3.8.1 Analisa Statistika Inferensial .....            | 56        |
| 3.8.2 Uji Normalitas Data .....                       | 57        |
| 3.8.3 Uji Korelasi.....                               | 57        |
| 3.8.4 Uji Regresi Linier Sederhana.....               | 58        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.8.4.1 Koefisien Determinasi .....                                  | 58        |
| 3.9 Uji Hipotesis.....   | 58        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                   | <b>60</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Penang Bistro .....                                | 60        |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Penang Bistro.....                             | 60        |
| 4.1.2 Visi dan Misi Penang Bistro .....                              | 61        |
| 4.1.3 Penghargaan yang telah didapat .....                           | 61        |
| 4.1.4 Struktur Organisasi .....                                      | 61        |
| 4.2 Hasil Peneltian .....  | 62        |
| 4.2.1 Karakteristik Responden.....                                   | 63        |
| 4.2.1.1 Jenis Kelamin .....  | 63        |
| 4.2.1.2 Usia.....  | 63        |
| 4.2.1.3 Pekerjaan .....  | 64        |
| 4.2.1.4 Analisis Variabel X (Pengaruh <i>Corporate Image</i> ) ..... | 65        |
| 4.2.1.5 Analisis Variabel Y (Minat Beli <i>Customer</i> ) .....      | 76        |
| 4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....   | 81        |
| 4.2.2.1 Uji Normalitas .....   | 81        |
| 4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....                                | 83        |
| 4.2.2.3 Uji Korelasi.....  | 84        |
| 4.2.2.4 Uji Regresi Linear Sederhana.....                            | 86        |
| 4.2.3 Uji Hipotesis .....  | 90        |
| 4.2.3.1 Uji t.....   | 90        |
| 4.2.3.2 Uji Simultan (Uji F) .....                                   | 90        |

|                                      |            |
|--------------------------------------|------------|
| 4.3 Pembahasan.....                  | 91         |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b> | <b>96</b>  |
| 5.1 Simpulan .....                   | 96         |
| 5.2 Saran.....                       | 97         |
| 5.2.1 Saran Akademis .....           | 97         |
| 5.2.2 Saran Praktis .....            | 98         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>          | <b>99</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                 | <b>100</b> |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA