



PENGARUH KEGIATAN MARKETING PUBLIC RELATIONS

TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WARDAH DI

CV. VARIA BAHTERA ARTA

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
SILKY SARAH
44219010102

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Nama yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silky Sarah

NIM : 44219010102

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kegiatan Marketing Public Relations
Terhadap Loyalitas Pelanggan Wardah di CV.
Varia Bahtera Arta.

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 6 September 2023



Silky Sarah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Silky Sarah


NIM : 44219010102

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kegiatan Marketing Public Relations Terhadap
Loyalitas Pelanggan Wardah di CV. Varia Bahtera Arta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

Pembimbing 1 : Dr. A. Rahman, Hi, M.Si ()

NIDN : 0330126403

Ketua Penguji : Anindita, S.Pd, M.Ikom ()

NIDN : 0306018903

Penguji Ahli : Dr. Achmad Jamil, M.Si ()

NIDN : 307106701

Jakarta, 6 September 2023

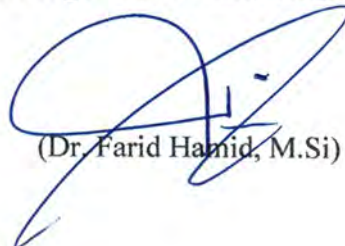
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, serta kekuatan yang diberikannya selama peneliti menyelesaikan skripsi. Berkat rahmat dan kesehatan yang diberikan-nya begitu berarti bagi peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Kegiatan Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Wardah di CV. Varia Bahtera Arta”.

Penyusunan skripsi ini diajukan sebagai suatu bentuk tugas akhir studi peneliti sebagai mahasiswa guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Starata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi bidang studi Public Relations.

Penulis menyadari bahwa penulisan Proposal Tugas Akhir Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu dengan segala ketulusan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah memberikan bantuan, semangat dan bimbingan serta petunjuk dalam penulisan proposal ini, khususnya kepada:

1. Dr. Abdul Rahman, HI, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dan memberi arahan-arahan serta nasehat kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Dr. Suraya, M.Si selaku Sekretaris Program Studi 1 Ilmu Komunikasi.
3. Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi 2 Ilmu Komunikasi.

4. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Dr. Marwan Mahmudi, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya selama 6 semester di Universitas Mercu Buana.
7. Papah (Syairaji) dan mamah (Wati Hasnawati) terimakasih untuk setiap doa yang tidak pernah henti kalian panjatkan dan kasih sayang yang tidak pernah henti diberikan serta dukungan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Saudara tersayang, Nilta Rizkiyah yang senantiasa menemani, memberikan semangat, dukungan dan membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.
9. Sugy Krinadi Sulsarta selaku pemilik CV. Varia Bahtera Artta atau Varia Store yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian disana.

Peneliti berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan oleh seluruh pihak yang berperan dalam kehidupan peneliti, terutama dalam penyelesaian proposal tugas akhir skripsi ini.

Jakarta, 21 Maret 2023

Peneliti,



SILKY SARAH

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silky Sarah

NIM : 44219010102

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kegiatan Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Wardah di CV. Varia Bahtera Arta.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 6 September 2023

Yang menyatakan,



(Silky Sarah)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis.....	18
2.2.1 Komunikasi	18
2.2.2 Teori Stimulus-Organism-Respon (SOR).....	19
2.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi	22
2.3 Public Relations.....	23
2.3.1 Peran Public Relations	24
2.4 Marketing Public Relations	24
2.4.1 Kegiatan Marketing Public Relations	25

2.4.2	Faktor-Faktor Marketing Public Relations.....	26
2.5	Loyalitas Pelanggan	27
2.5.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	27
2.5.2	Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	29
2.6	Kerangka Berpikir	30
2.7	Hipoteisis Teori.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Paradigma Penelitian.....	31
3.2	Metode Penelitian.....	31
3.3	Populasi dan Sampel	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	32
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	33
3.4	Definisi dan Operasionalisasi Konsep	33
3.4.1	Definisi Konsep.....	33
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1	Data Primer	36
3.5.2	Data Sekunder.....	36
3.5.3	Validitas dan Reliabilitas	37
3.6	Teknik Analisa Data.....	38
3.6.1	Uji Korelasi	38
3.6.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	39
3.6.3	Uji Regresi.....	39
3.6.4	Uji T (Uji secara parsial/individu)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.1	Sejarah CV. Varia Bahtera Arta	42
4.1.2	Visi dan Misi CV. Varia Bahtera Arta	43
4.1.3	Struktur Organisasi	43
4.2	Hasil Penelitian.....	44

4.2.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2.2 Analisis Variabel X (Kegiatan Marketing Public Relations).....	47
4.2.3 Analisis Variabel Y (<i>Loyalitas Pelanggan</i>).....	57
4.2.4 Akumulasi Nilai	65
4.2.5 Hasil Uji Validitas.....	68
4.2.6 Uji Reliabilitas	71
4.2.7 Hasil Uji Koefisien Korelasi	72
4.2.8 Hasil Uji Koefisien Dertiminasi (R^2)	73
4.2.9 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	74
4.2.10 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	76
4.3 Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	85
5.2.1 Saran Akademis	85
5.2.2 Saran Praktis.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Data Jumlah Pelanggan Produk Wardah Pada Resseler	5
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir	30
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi CV. Varia Bahtera Arta	43



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Operasionalisasi Konsep.....	35
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4. 2	Usia Responden.....	45
Tabel 4. 3	Pekerjaan Responden	46
Tabel 4. 4	Menggunakan Produk Wardah Lebih Dari Satu Kali.....	47
Tabel 4. 5	Wardah aktif menerbitkan publikasi yang menampilkan produk-produk terbaru.	47
Tabel 4. 6	Saya mudah mendapatkan informasi melalui media online (instagram, twitter, website dan youtube) Wardah.	48
Tabel 4. 7	Informasi yang ada pada media sosial wardah (instagram, twitter, website dan youtube) sangat menarik dan terbaru.	49
Tabel 4. 8	Saya selalu tertarik untuk membaca (brosur dan artikel) tentang produk Wardah.....	49
Tabel 4. 9	Saya dapat memahami isi pesan dalam (brosur dan artikel) produk wardah.....	50
Tabel 4. 10	Brosur wardah sering menampilkan berbagai promo untuk para konsumen.	51
Tabel 4. 11	Media informasi yang dimanfaatkan oleh wardah sudah benar dan tepat sasaran.	51
Tabel 4. 12	Frekuensi event yang dilakukan oleh Wardah dapat dikatakan sering.....	52
Tabel 4. 13	Event (Pameran, Seminar, Talk Show, dll) yang diselenggarakan oleh Wardah selalu menarik.	53
Tabel 4. 14	Saya yakin dengan melaksanakan berbagai event akan memberikan dampak positif bagi wardah.	53
Tabel 4. 15	Wardah aktif dalam beriklan melalui media online dan media elektronik.....	54
Tabel 4. 16	Iklan yang ditampilkan melalui media online dan media elektronik membuat saya tertarik untuk mencoba produk wardah.....	55

Tabel 4. 17	Saya pernah melihat aktivitas sosial yang dilaksanakan oleh wardah.	55
Tabel 4. 18	Wardah menurut saya sangat aktif dalam melaksanakan berbagai aktivitas sosial sebagai bentuk kegiatan marketing public relations.	56
Tabel 4. 19	Saya percaya dengan mengadakan berbagai kegiatan sosial kepada masyarakat akan berdampak positif bagi wardah.	57
Tabel 4. 20	Saya akan kembali untuk membeli produk wardah.	58
Tabel 4. 21	Produk wardah dapat memenuhi kebutuhan saya sebagai seorang wanita.	58
Tabel 4. 22	Saya puas menggunakan produk wardah.	59
Tabel 4. 23	Saya membeli varian jenis lain dari produk wardah.	60
Tabel 4. 24	Saya menggunakan beberapa barang yang diproduksi oleh Wardah.	60
Tabel 4. 25	Saya akan merekomendasikan produk wardah kepada orang-orang terdekat (keluarga, kerabat atau teman).	61
Tabel 4. 26	Saya akan mengajak orang-orang terdekat atau keluarga untuk membeli produk wardah.	62
Tabel 4. 27	Menurut saya wardah memiliki kualitas yg bagus dan dapat bersaing dengan produk lain.	62
Tabel 4. 28	Saya akan menjadi pelanggan tetap yang menggunakan produk wardah.	63
Tabel 4. 29	Saya tetap menggunakan produk wardah meskipun banyak ditawarkan oleh produk lain.	64
Tabel 4. 30	Akumulasi Nilai Variabel X	65
Tabel 4. 31	Akumulasi Nilai Variabel Y	67
Tabel 4. 32	Hasil Uji Validitas Variabel Marketing Public Relations (X)	69
Tabel 4. 33	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	70
Tabel 4. 34	Hasil Uji Reliabel Instrumen Marketing Public Relations	71
Tabel 4. 35	Hasil Uji Reliabel Instrumen Loyalitas Pelanggan.....	71
Tabel 4. 36	Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	72

Tabel 4. 37 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	73
Tabel 4. 38 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	75
Tabel 4. 39 Hasil Uji T - Parsial	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas (Variabel X).....	96
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas (Variabel Y).....	97
Lampiran 4 Tabel R	98
Lampiran 5 Tabel T	101



UNIVERSITAS
MERCU BUANA