

ABSTRAK

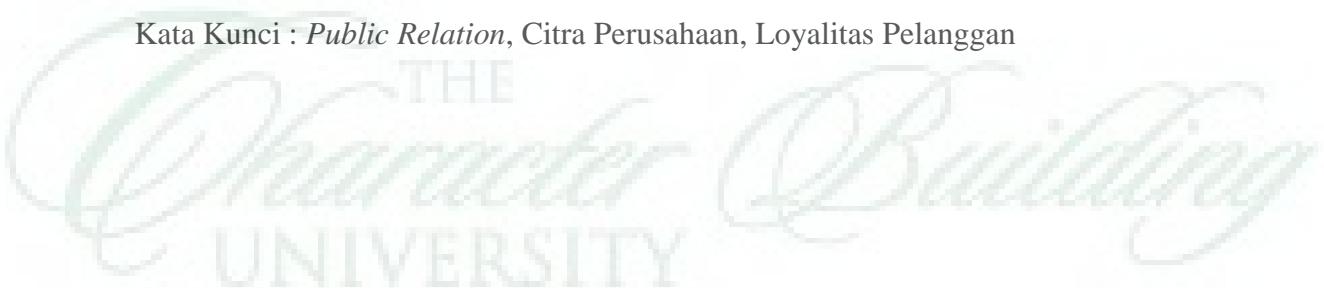
Febrina Ayunani, NIM 7113210017 “Pengaruh *Public Relation* dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hillpark Sibolangit”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. 2016.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *Public Relation* dan citra perusahaan secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Hillpark Sibolangit. Penelitian ini dilakukan di Hillpark Sibolangit. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 94 orang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angket/kuisisioner yang disebarakan kepada pengunjung yang ada di Hillpark sebanyak 94 responden. Angket tersebut akan diolah secara Statistik dengan bantuan SPSS 20 dan menggunakan analisis Regresi Berganda. Dari hasil uji Regresi Linear Berganda diperoleh koefisien regresi *public relation* sebesar 0,268 dan koefisien regresi citra perusahaan sebesar 0,216. Artinya jika *public relation* dan citra perusahaan konstan maka loyalitas pelanggan akan konstan sebesar 8,615. Jika perubahan *public relation* meningkat satu satuan, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,268. Jika perubahan citra perusahaan meningkat satu satuan, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,216.

Untuk mengetahui variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan digunakan koefisien determinasi dengan hasil 32,5%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh *public relation* dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan pada Hillpark Sibolangit sebesar 32,5%. Sedangkan sisanya 67,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Kesimpulan dari hasil analisis pada Hillpark Sibolangit adalah bahwa *public relation* dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Public Relation*, Citra Perusahaan, Loyalitas Pelanggan



ABSTRACT

Febrina Ayunani, NIM 7113210017 "The Influence of Public Relations and Corporate Image on Customer Loyalty at Hillpark Sibolangit". Thesis Department of Management Faculty of Economics, State University of Medan. 2015.

This study was conducted to determine the influence of variable public relation and corporate image simultaneously and partially on customer loyalty at Hillpark Sibolangit. The sample in this study amounted to 94 people.

Data collection techniques in this research by using questionnaires distributed to visitors in Hillpark as 94 respondents. The questionnaire processed with SPSS 20 and using multiple regression analysis. From the test results obtained by Linear Regression regression coefficient of 0.268 public relations and corporate image regression coefficient of 0.216. This means that if public relations and corporate image constant then customer loyalty will be constant at 8.615. If the changes increased the public relations unit, then the customer loyalty will increase by 0.268. If the change of image of the company increased by one unit, then the customer loyalty will increase by 0.216.

To determine the independent variable on the dependent variable simultaneously used the coefficient of determination with the result of 32.5%. These results indicate that the influence of public relations and corporate image on customer loyalty simultaneously at Hillpark Sibolangit 32.5%. While the remaining 67.5% is influenced by other factors. Conclusions from the analysis at Hillpark Sibolangit is that public relations and corporate image influence on customer loyalty.

Keywords: Public Relations, Corporate Image, Customer Loyalty

