

**PENGARUH MARKETING *PUBLIC RELATION* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA BANK BRI DI GEDUNG  
PLAZA BRI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**



**Diajukan Oleh:**  
**ALI ZAENAL ABIDIN**  
**NPM: 12420332**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**  
**2019**

**SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ali Zaenal Abidin  
NPM : 12420332  
Alamat : JL Demak jaya  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BANK BRI DI GEDUNG PLAZA BRI SURABAYA**" Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 14 -08 - 2013  
Yang membuat pernyataan



(Ali Zaenal Abidin)  
NPM : 12420332

SKRIPSI

PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATION TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA BANK BRI DI GEDUNG PLAZA BRI  
SURABAYA

Diajukan Oleh  
ALIZAENAT ARIDIN  
NPM : 12420332

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH  
DOSEN PEMBIMBING

LESTARI SE. MM

Tanggal, 14 - 08 - 2019

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si

Tanggal, 14 - 08 - 2019

**SKRIPSI**

**PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATION TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA BANK BRI DI GEDUNG PLAZA BRI  
SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**ALI ZAENAL ABIDIN**

NPM : 12420332

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Lestari, SE., MM

Anggota Dewan Penguji Lain

Dijah Julindrastuti, SE, M.AK

Dr. Indahwati, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Tanggal, 14 -08 - 2019

Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si  
Ketua Program Studi

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Ada pun judul skripsi ini adalah **“PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BANK BRI DI GEDUNG PLAZA BRI SURABAYA”**

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena mungkin terdapat kesalahan maupun kekurangan baik mengenai teknik penulisan maupun materi pembahasannya, yang semuanya tidak lepas dari keterbatasan kemampuan serta pengetahuan penulis. Oleh sebab itu dengan kerendahan hati, penulis membuka untuk menerima saran dan kritik dari semua pihak yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis berusaha untuk menyajikan dan menampilkan sebaik mungkin, namun penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari semua pihak, skripsi ini tidak akan selesai. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. H. Sri Harmadji, dr. Sp. THT-KL (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

2. Gimanto Gunawan,Drs,Ec,MM,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. SitiDjamilah, SE, M.Si.selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Lestari,SE,MM selaku Dosen Pembimbing, yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran membantu penulis dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dwi Indah Mustikorini,SE,MM. Selaku Dosen Wali, terima kasih selama ini membimbing saat perkuliahan.
6. Semua dosen Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (Dwi Bhakti Iriantini,Drs,Ec,M.Si, Djojo Diharjo,SE,MM,M.Ak dan semua dosen yang penulis tidak bisa menyebutkan satu persatu yang pernah memberikan ilmu kepada penulis). Terimakasih atas kesabaran yang telah diberikan.
7. Kepada Pihak Bank BRI di Gedung plaza BRI Surabaya yang telah memberikan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan lancar.
8. Kepada keluarga besar penulis Khususnya Orangtua tercinta, Ibu Samiyah dan Bapak Ali Rusdi, telah menjadi orangtua hebat yang telah mendukung dalam bentuk moril maupun materil dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Kepada para sahabat saya, Gilang Pranatama, Imam Ramadhan, Reno Erik Efendi, Dimas Ridho, SH, Ragawangi PP, SM, Dionysius Selferino, SM, Kemas Agus, S.Pd, Ahmad Marzuki, SM, Ryan Zendy P, SM, Dwi Supriyadi, SH, dan keluarga besar JPS Kepada Tedi Armyanto yang selalu mengingatkan untuk mengerjakan penelitian skripsi dan juga memberi semangat serta perhatian, Kepada Marisa Putri Kartikasari, S.Pd, Desy Kartika Sari, SE terimakasih telah mengarahkan saya dalam proses penggerjaan penelitian Skripsi. Kepada Octavia R Putri, SH yang sudah mau mendengerakan keluh kesah saya selama masa kuliah Dan lain sebagainya yang lupa disebut. Terimakasih ataspe mikiran serta masukan yang diberikan kepada penulis dalam banyak hal dan membantu penulis dalam proses kematangan berpikir.

Surabaya, 25 Juli 2019

Ali Zaenal Abidin

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Pernyataan Bebas Plagiat.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv
<i>Abstract</i> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Sistematika Skripsi .....	5
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	7
2.2. Public Relations .....	9
2.2.1 Pengertian Public Relations .....	9
2.2.2 Strategi Public Relations .....	10
2.3 Marketing Public Relations .....	12
2.3.1 Pengertian Marketing Public Relations .....	12
2.3.2 Tujuan Marketing Public Relations .....	13
2.3.3 Proses Marketing Public Relations .....	14
2.3.4 Indikator Marketing Public Relations .....	16
2.4 Loyalitas Pelanggan .....	18
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	18
2.4.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	19
2.4.3 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	21
2.5 Penelitian Terdahulu .....	22

2.6 Hipotesis Dan Model Analisis .....	28
2.6.1 Hipotesis .....	28
2.6.2 Model Analisis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel .....	31
3.3 Identifikasi Variabel.....	32
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5 Jenis Dan Sumber Data.....	34
3.5.1 Jenis Data.....	34
3.5.2 Sumber Data.....	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1 Uji Validitas .....	38
3.7.2 Uji Realibilitas .....	38
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	39
3.7.4 Uji Normalitas.....	39
3.7.5 Uji Multikolinieritas.....	40
3.7.6 Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.8 Regresi Linier Sederhana.....	41
3.8.1 Uji t .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Sejarah Singkat Bank BRI .....	43
4.2 Karakteristik Responden Penelitian .....	44
4.2.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	45
4.2.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	45
4.2.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	46
4.2.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan .....	47
4.3 Analisis Data .....	47
4.3.1 Uji Validitas Dan Uji Realibilitas.....	48
4.3.1.1 Uji Validitas.....	48
4.3.1.2 Uji Realibilitas.....	50
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.1 Uji Normalitas.....	51
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	54

4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	55
4.6 Uji Hipotesis .....	57
4.6.1 Uji t .....	57
4.7 Pembahasan .....	57
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	60
5.2. Saran.....	60

*DAFTAR PUSTAKA*

*LAMPIRAN - LAMPIRAN*

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan .....	47
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel <i>Marketing Public</i> .....	49
Tabel 4.6 Hasil Penujian Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.8 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	55
Tabel 4.10 Regresi Linier Sederhana .....	55
Tabel 4.11 Tabel Uji t .....	57

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	29
Gambar 4.1 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual .....	52
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Input data SPSS

Lampiran 3 : Output Data SPSS

## **ABSTRAK**

Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu pelaku usaha dalam industri perbankan tidak lepas dari fenomena perubahan yang timbul dari intensitas persaingan untuk mendapatkan hati pelanggan (nasabah) mereka.. Adapun permasalahan yang terjadi di perusahaan ini mengenai pelaksanaan kegiatan *Marketing Public Relations*, Penelitian ini bertujuan untuk menguji *Public Relations* terhadap loyalitas pelanggan di Bank Bri Gedung Plaza Bri Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Bri di Gedung Plaza Bri Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *random sampling* yaitu dengan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel disebarluaskan sebanyak seratus kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini adalah *marketing public relations* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial.

**Kata Kunci : Public Relations, Loyalitas Pelanggan**

## ***ABSTRACT***

*Bank Rakyat Indonesia (BRI) as one of the business subjects in the bank industry is inseparable from the phenomenon of changes arising from the intensity of competition to get the customers attention. The problems that exist in this company regarding the implementation of Public Relations Marketing activities. The aims of this paper are to test Public Relations on customer loyalty at Bank BRI Plaza BRI Surabaya Building. The population in this study is BRI Customers at Plaza BRI Surabaya Building. The sampling technique in this study used random sampling that is by taking members of the sample from the population carried out randomly regardless of the strata that exist in that population. The sample was distributed by one hundred questionnaires. The analysis technique used in this study was using simple linear regression analysis. The results of this study are that marketing public relations has a significant effect on customer loyalty partially.*

***Keyword: Public Relations, Customer Loyalty.***

