



**PENGARUH *ADVERTISING*, *SALES PROMOTION*,
PUBLIC RELATION DAN KUALITAS PELAYANAN
CUSTOMER SERVICE TERHADAP CITRA
PERUSAHAAN
(STUDI KASUS PADA BANK BNI 46 KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh :

DEDY HERMAWAN

NIM. 201511263

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2019**

**PENGARUH ADVERTISING, SALES PROMOTION, PUBLIC
RELATION DAN KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER
SERVICE TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
(STUDI KASUS PADA BANK BNI 46 KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal 2019

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I

Dina Lusianti, SE., MM., AAK.
NIDN. 0630098401

Dr. Supriyono, SE., MM.
NIDN. 0614037104

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201



Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah"

(HR. Turmidzi)

"Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua."

(Aristoteles)

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap."

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

Ku persembahkan karya ini untuk:

- 1. Orang Tuaku yang tersayang.*
- 2. Seluruh keluargaku.*
- 3. Sahabat tercintaku.*
- 4. Almamaterku.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *Advertising, Sales Promotion, Public Relation* Dan Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Bank BNI 46 Kudus)”. Skripsi ini untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dina Lusianti, SE, MM, AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Supriyono, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan staff karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.

6. Kedua orang tua yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Kudus, 2019
Penulis,

DEDY HERMAWAN
NIM. 201511263

ABSTRAKSI

PENGARUH *ADVERTISING*, *SALES PROMOTION*, *PUBLIC RELATION* DAN KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA BANK BNI 46 KUDUS)

Dedy Hermawan

NIM. 2015-11-263

Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, SE., MM.
2. Indah Prasetyaningrum, SE., MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *advertising*, *sales promotion*, *public relation* dan kualitas pelayanan *customer service* terhadap citra perusahaan (studi kasus pada Bank BNI 46 kudus). Dalam penelitian ini diajukan lima variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu *advertising*, *sales promotion*, *public relation* dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan citra perusahaan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner yang didapat dari nasabah dari Bank BNI 46 Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi pengaruh pengaruh *advertising*, *sales promotion*, *public relation* dan kualitas pelayanan *customer service* terhadap citra perusahaan (studi kasus pada Bank BNI 46 kudus).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *advertising*, *sales promotion*, *public relation* dan kualitas pelayanan *customer service* terhadap citra perusahaan (studi kasus pada Bank BNI 46 kudus). Perusahaan diharapkan melakukan penjadwalan ulang untuk program iklan, melakukan *schedule* ulang untuk perbaikan event untuk *public relation*, tetap mempertahankan endors kepada artis terkenal dan melakukan pelatihan terhadap *customer service* (CS) dalam hal pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga dapat meningkatkan citra merek.

Kata kunci: komunikasi, kepemimpinan, lingkungan kerja fisik dan semangat kerja

ABSTRACT

THE EFFECT OF ADVERTISING, SALES PROMOTION, PUBLIC RELATION AND QUALITY OF CUSTOMER SERVICE SERVICES TO COMPANY IMAGES (CASE STUDY IN BANK BNI 46 KUDUS)

**Dedy Hermawan
2015-11-263**

**Guidance Lecturer : 1. Dr. Supriyono, SE., MM.
1. Indah Prasetyaningrum, SE., MM.**

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT**

This study aims to analyze the influence of advertising, sales promotion, public relations and customer service quality on corporate image (case study at BNI 46 Bank Kudus). In this study five independent variables and one dependent variable were proposed, namely advertising, sales promotion, public relations and service quality as independent variables and corporate image as the dependent variable.

This research was conducted using a questionnaire method obtained from customers from Kudus BNI 46 Bank and analyzed by regression. The first stage tests the validity and reliability of questions for each variable. The second stage, regression of the influence of the influence of advertising, sales promotion, public relations and customer service quality on the company's image (case study on BNI 46 Bank Kudus).

The results of the study showed that the influence of advertising, sales promotion, public relations and customer service quality on corporate image (case study on BNI 46 Bank Kudus). The company is expected to reschedule the advertising program, re-schedule the event to improve public relations, maintain endors to famous artists and conduct training on customer service (CS) in terms of fast and precise service, so as to enhance brand image.

Keywords: advertising, sales promotion, public relations, customer service quality and corporate image

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. <i>Advertising</i>	9
2.2. <i>Sales Promotion</i>	11
2.3. <i>Public Relation</i>	16
2.4. Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i>	19
2.5. Citra Perusahaan.....	23
2.6. Hubungan Antar Variabel	27

2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	31
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
2.9. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Rancangan Penelitian	38
3.2. Variabel Penelitian	38
3.3. Definisi Operasional Variabel	39
3.4. Jenis dan Sumber Data	42
3.5. Populasi dan Sampel.....	43
3.6. Metode Pengumpulan Data	48
3.7. Uji Instrumen.....	45
3.8. Pengolahan Data	48
3.9. Metode Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Gambara Umum Obyek Penelitian.....	53
4.2. Penyajian Data.....	56
4.3. Analisis Data	62
4.4. Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1. Kesimpulan.....	73
5.2. Saran-saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Peringkat 10 Besar Bank dengan Aset Tersebar di Indonesia Tahun 2018.....	3
Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas	46
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	47
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur	56
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	57
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel <i>Advertising</i>	58
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel <i>Sales Promotion</i>	59
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel <i>Public Relation</i>	60
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i>	61
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Citra Perusahaan	62
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi	63
Tabel 4.10 Hasil Analisis Parsial (signifikansi $\alpha = 0,5\%$ uji satu sisi)	64
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$).....	67
Tabel 4.12. Nilai Adjusted R Square.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	36

