



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PENGARUH STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ERIGO OFFICIAL  
SHOP PADA GENERASI Z DI JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)

**Seno Purwoto**

**NPM.193516516230**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**JAKARTA**

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini

Nama : Seno Purwoto

NPM : 193516516230

Judul Skripsi : Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Erigo  
Official Shop (Studi Kasus Generasi Z Di Jakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini ialah hasil dari penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan - bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.


Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta. 3 Februari 2023

Yang membuat pernyataan

Seno Purwoto


## HALAMAN PERSETUJUAN


 UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Seno Purwoto  
NPM : 193516516230  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relation  
Judul Skripsi : Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Frigo Official Shop (Studi Kasus Generasi Z Di Jakarta)  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan  
Jakarta, 2023

Dosen Pembimbing  
  
Dr. Sugeng Wahyudi, M.Si

Ketua Program Studi,  
  
Drs. Adi Prakosa, M.Si

## ABSTRAK

Nama : Seno Purwoto

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasai : Public Relations

Judul : Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Erigo Official Shop Pada Generasi Z Di Jakarta Selatan

<b>Kata Kunci</b>	Belanja online menjadi salah satu gaya hidup khususnya masyarakat saat ini. Fenomena berbelanja online diketahui bahwa bukan hanya kegemaran pada wanita saja melainkan kaum pria. Menurut Brand Marketing Institute wanita memiliki presentase yakni 57%, namun untuk kaum pria memiliki presentase yakni 43%. Erigo merupakan produk fashion yang mengembangkan merek fashion asal Indonesia yang mengedepankan kualitas tinggi dan desain produk yang mendukung segala perjalanan dan kebutuhan sehari – hari. Tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh strategi marketing public relations terhadap loyalitas pelanggan erigo official shop pada generasi z di jakarta selatan. Dalam metode penelitian ini ialah metode kuantitatif melalui pendekatan studi kasus. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di Jakarta Selatam yang berusia 10 sampai 25 tahun yang berjumlah
-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	100 orang. Pengambilan sampel yakni sebesar 90 orang yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode acak sederhana atau Simple Random Sampling.
Pembimbing	Dr. Sugeng Wahyudi, M.Si



## ABSTRACT

Name : Seno Purwoto

Study Program: Ilmu Komunikasi

Concentration : Public Relations

Thesis Tittle : Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Erigo Official Shop Pada Generasi Z Di Jakarta Selatan

<p><b>Keywords</b></p> <p>Marketing Public Relations, Customer Loyalty.</p>	<p><i>Online shopping has become a way of life, especially for today's society. It is known that the phenomenon of online shopping is not only a hobby for women but also for men. According to the Brand Marketing Institute, women have a percentage of 57%, but men have a percentage of 43%. Erigo is a fashion product that develops a fashion brand from Indonesia that emphasizes high quality and product design that supports all travel and daily needs. The purpose of this study was to determine the effect of marketing public relations strategies on customer loyalty at the Erigo Official Shop in Generation Z in South Jakarta. In this research method is a quantitative method through a case study approach. The population in this study is generation Z in South Jakarta, aged 10 to 25 years, totaling 100 people. Sampling that is equal to 90 people who will be used as</i></p>
-----------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<i>respondents in this study. The sampling technique uses simple random sampling or Simple Random Sampling.</i>
Advisor	Dr. Sugeng Wahyudi, M.Si



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, serta kekuatan yang di berikannya selama peneliti menyelesaikan skripsi. Berkat rahmat dan kesehatan yang diberikan-nya begitu berarti bagi peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Erigo Official Shop Pada Generasi Z Di Jakarta Selatan” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi bidang studi Public Relations. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, dorongan dan semangat sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

- a. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
- b. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
- c. Bapak Drs. Adi Prakoso, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi.
- d. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
- e. Bapak Dr. Sugeng Wahyudi, M.Si selaku dosen pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir skripsi ini yang bersedia untuk mendidik,



memberikan dukungan, tenaga, waktu dan pikiran dalam membimbing. Terima Kasih telah menyempatkan waktunya untuk berdiskusi dan memberikan masukan maupun koreksi dalam menyelesaikan laporan tugas akhir skripsi ini.

- f. Ibu Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si. selaku penguji 1 yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran dalam sidang skripsi penulis.
- g. Bapak Drs. Hadi Surantio, M.Si. selaku ketua sidang yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran dalam pelaksanaan sidang skripsi penulis.
- h. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah mengajar dan mendidik peneliti selama ini.
- i. Kedua orang tua, adik beserta keluarga besar tercinta yang memberikan kasih sayang, semangat, doa, dan dukungan yang luar biasa kepada peneliti selama menempuh pendidikan hingga terselesaikannya skripsi ini.
- j. Teruntuk teman seperjuangan, penulis mengucapkan terima kasih telah memberikan semangat, canda tawa, dan keluh kesah di masa perkuliahan menjadi satu dalam satu perjuangan untuk lulus.
- k. Seluruh responden konsumen *Erigo* yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
- l. Ucapan terima kasih yang berlimpah tentunya penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan segala do'a, perhatian, dorongan, dan bantuannya.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan penulisan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.



Jakarta, 3 Februari 2023

Penulis

Seno Purwoto

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Kebaruan Penelitian .....	16
2.3 Teori Strategi PENCILS.....	17
2.4 Kajian Teoritis.....	20
2.4.1 Marketing Public Relations .....	20
2.4.2 Loyalitas Pelanggan.....	35
2.4.3 Generasi Z.....	46
2.5 Kerangka Berfikir.....	48
2.6 Operasionalisasi Variabel.....	49
2.7 Hipotesis.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	53
3.2 Lokasi Penelitian .....	53

3.3 Populasi dan Sampel .....	54
3.3.1 Populasi .....	54
3.3.2 Sampel .....	54
3.5 Data dan Jenis Data .....	55
3.5.1 Data Primer .....	55
3.5.2 Data Skunder .....	56
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.6.1 Metode Angket (Kuesioner) .....	56
3.6.2 Studi Pustaka .....	58
3.7 Operasionalisasi Variabel.....	58
3.7.1 Variabel Independen.....	59
3.7.2 Variabel Dependen .....	59
3.8 Metode Pengujian Instrumen Penelitian .....	60
3.8.1 Uji Instrumen Data .....	60
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.9.1 Uji Normalitas .....	61
3.9.2 Uji Linieritas.....	61
3.10 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	62
3.11 Uji Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ) .....	62
3.12 Pengujian Hipotesis.....	63
3.12.1 Uji F (Pengujian Secara Simultan) .....	63
3.12.2 Merumuskan Hipotesa .....	64
3.12.3 Menentukan Taraf Nyata .....	64
3.12.4 Menentukan Daerah Keputusan.....	64
3.12.5 Mengambil Keputusan.....	65
3.13 Probabilitas.....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	67
4.1.1 Profil Responden .....	67
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.2 Pembahasan Analisis Data .....	69

4.2.1 Uji Validitas.....	69
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	71
4.2.3 Uji Normalitas .....	73
4.2.4 Uji Heteroskedasitas .....	76
4.2.5 Uji Multikolinearitas.....	77
4.2.6 Uji Signifikan Persial (Uji T) .....	79
4.2.7 Uji Korelasi.....	81
4.2.8 Regresi Linear Sederhana .....	83
4.2.9 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	87
4.3 Temuan Hasil Penelitian .....	88
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
<b>REFERENSI.....</b>	<b>93</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel. 2 Operasionalisasi Variabel .....	49
Tabel. 3 Skor Penilaian Berdasarkan Skala Likert.....	58
Tabel. 4 Jenis Kelamin Responden .....	68
Tabel. 5 Usia Responden.....	69
Tabel. 6 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
Tabel. 8 Hasil Uji Normalitas .....	75
Tabel. 9 Hasil Uji Heterokedasitas .....	76
Tabel. 10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	77
Tabel. 11 Tabel Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
Tabel. 12 Tabel Frekuensi Berdasarkan Usia .....	79
Tabel. 13 Hasil Uji T.....	80
Tabel. 14 Uji Korelasi .....	81
Tabel. 15 Hasil Data Statistik.....	84
Tabel. 16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	84
Tabel. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Kerangka Berfikir.....	48
Gambar. 2 Hipotesis.....	51
Gambar. 3 Model Analisis .....	59
Gambar. 4 Uji Statistik.....	65
Gambar. 5 Hasil Uji Normalitas .....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2 Uji Validitas.....	101
Lampiran 3 Uji Reliabilitas.....	103
Lampiran 4 Hasil Turnitin.....	104

