

REFERENSI

- Aktivitas Marketing Public Relations Pada Pt. Mpm Motor Gateway Waru Dalam Mempertahankan Pelanggan (Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). Setyawan, F. R. (2021).
- Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Belanja Online Di Kota Solok. *J. TAM (Technology Accept. Model.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–9. Harahap, B. I., Nazer, M., & Andrianus, F. (2020).
- Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. *Media Sains Indonesia*. Musfar, T. F., & SE, M. (2020).
- Jurnal Sains dan Informatika*, 5(2), 128-137. Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019).
- Kajian teori dalam penelitian. *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 3(1), 49-58. Surahman, E., Satrio, A., & Sofyan, H. (2020).
- Kiat dan strategi kampanye public relations. PT RajaGrafindo Persada. Ruslan, R. (1997). *Loyalitas Konsumen JNE Surabaya: Korelasi antara Marketing Public Relations dan Kualitas Pelayanan*. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 2(1). Kurniawan, K., & Zulaikha, Z. (2018).
- Loyalitas Pelanggan Pemasang Iklan Televisi Dalam Acara Tembang Pantura*. (2019). (n.p.): Deepublish. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001.

Manajemen Public Relations. (2014). Indonesia: Kencana. Marketing Public Relations. Amerika Serikat: Iowa State University Press. Henry, R. A. (2000).

Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. (n.p.): Prenada Media (2016).

Nurfitriani, Asri, and Titin Suhartini. "Strategi Marketing Public Relations Pt. Pos Indonesia." *J-IKA* 5.1 (2018): 66-70.

Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS. Elex Media Komputindo. Herlina, V. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online.

Penerapan Strategi Marketing Public Relations Wake Up Hostel Dalam Mempertahankan Loyalitas Pengunjung. *Al-Misbah (Jurnal Islamic Studies)*, 6(1), 9-13. Susanto, C. (2018). Pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta di Jawa Barat. Muhyidin, U. (2015).

Pengaruh Customer Value dan Marketing Public Relation Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp Ngagel. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 3(1), 249-258. Danari, E. A., & Waryanto, R. B. D. (2022).

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal bisnis dan manajemen*, 3(1). Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016).

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Berusaha Moto Kawangkoan. *Productivity*, 2(7), 537-543. Soriton, J. F., Tampi, J. R., & Walangitan, O. F. (2021)

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonalds MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1). Sembiring, I. J., & Suharyono, A. K. (2014).

Pengaruh Marketing Public Relation Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Waterpark XYZ. *Value: Journal of Management and Business*, 2(1). Sugesti, H. (2017).

Pengaruh Marketing Public Relation, Brand Image, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Di Ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo). Dipitasari, D. (2021).

Pengaruh Marketing Public Relations Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Rumah Sakit Syafira Pekanbaru. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 16-29. Tekwana, P. (2019).

Pengaruh Marketing Public Relations terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 57-70. Prihandini, F., & Hadi, A. S. P. (2021).

Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan (Diklat) Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Pekanbaru. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 12(4), 383-389. Dehotman, K. (2021).

Pengaruh Public Relations terhadap Brand Image dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen: Kasus pada Aston Braga Hotel & Residence Bandung. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 4(2), 169-180. Prasetyo, M. A. A. (2020).

Penggunaan Google Classroom Sebagai Media Pembelajaran Pada Mata Pelajaran Bahasa Arab Di Man 3 Boyolali. *Ihtimam: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab*, 2(2), 1-18. Rubini, I. N. R. (2019).

Purwanto, Erwan Agus, and Dyah Ratih Sulistyasturi. "Metode penelitian kuantitatif." (2017).

Strategi Marketing Public Relations Kedai Ss (Serba Sambal) Cabang Kedoya Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Pantarei*, 5(03). Amelianty, T., & Boediman, E. P. (2021).

The Effect Of Product Quality And Product Price With Service Quality As Moderated Variables To Purchase Decisions"(Study At Kop! Coffee Shop In Semarang)". *Journal Of Management*, 6(1). Anggreyani, T., Harini, C., & Malik, D. (2020).

Widjajanta, Bambang, and Ani Siswanti. "Pengaruh Marketing Public Relation Terhadap Keputusan Mengunjungi Objek Wisata" *strategic* 42 (2008).

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS TERKAIT LOYALITAS PELANGGAN DI ERIGO OFFICIAL SHOP (Studi Kasus Generasi Z di Jakarta)

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya Seno Purwoto yakni mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik pada Universitas Nasional. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian sebagai syarat untuk penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Terhadap Loyalitas Pelanggan Erigo Official Shop Pada Generasi Z Di Jakarta Selatan”**.

Maka saya mohon untuk kesediaan Sdr/I meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dengan hasil yang benar. Segala hasil informasi yang diisi dalam kuesioner ini hanya sebagai kepentingan dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas perhatian serta partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Peneliti,

Seno Purwoto
193516516230

A. Identitas Responden

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan :

Pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Kepada seluruh responden dimohon berkenan untuk menjawab semua pertanyaan dengan melakukan ceklis pada salah satu alternatif jawaban dalam tiap pertanyaannya dengan keterangan yakni :

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. Variabel X (Marketing Public Relations)

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1
1.	Mudah mendapatkan informasi melalui media online dan cetak					
2.	Website selalu diperbarui dalam hal informasi mengenai produk Erigo Official Shop					

3.	Mudah memperoleh panduan memesan barang pada website Erigo Official Shop					
4.	Mengetahui hari belanja nasional yang diadakan pada website Erigo Official Shop					
5.	Berpartisipasi pada promosi – promosi yang diadakan pada website Erigo Official Shop					
6.	Mengetahui apa dari ciri khas Erigo Official Shop melalui visual					
7.	Mengetahui ciri khas Erigo Official Shop dari media online dan cetak					
8.	Mengetahui tentang adanya promo pada Erigo Official Shop					
9.	Mengetahui adanya acara promosi dengan mudah					

2. Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1
1.	Membeli berbagai macam pakaian pada Erigo Official Shop					
2.	Erigo membuat konsumen tidak mudah terpengaruh antar pesaing					

3.	Erigo Official Shop membuat konsumen membeli semua barang yang ditawarkan melalui halaman websitenya					
4.	Ketersediaan menginformasikan kepada orang lain apabila ada produk baru dari Erigo Official Shop					
5.	Saya ingin menyarankan orang lain untuk membeli produk di Erigo Official Shop					
6.	Saya akan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth) berkenaan dengan produk Erigo					
7.	Erigo selalu Mendemonstrasikan keunggulan produk					
8.	Saya menolak untuk menggunakan produk atau jasa alternatif yang ditawarkan oleh pesaing					
9.	Saya tidak akan berpaling kepada produk lain walaupun pesaing memberikan promosi yang menjanjikan					

Lampiran 2 Uji Validitas

a. Marketing Public Relations (X)

		Correlations									
		MPR_1	MPR_2	MPR_3	MPR_4	MPR_5	MPR_6	MPR_7	MPR_8	MPR_9	MPR_TOTAL
MPR_1	Pearson Correlation	1	.081	.209*	.176	.238*	.203	.155	.307**	.181	.452**
	Sig. (2-tailed)		.448	.048	.096	.024	.056	.145	.003	.089	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
MPR_2	Pearson Correlation	.081	1	.265*	.190	.155	.083	.129	.275**	.389**	.436**
	Sig. (2-tailed)	.448		.011	.073	.145	.435	.226	.009	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
MPR_3	Pearson Correlation	.209*	.265*	1	.581**	.268*	.268*	.372**	.319**	.397**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.048	.011		.000	.011	.011	.000	.002	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
MPR_4	Pearson Correlation	.176	.190	.581**	1	.253*	.226*	.301**	.285**	.388**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.096	.073	.000		.016	.032	.004	.006	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
MPR_5	Pearson Correlation	.238*	.155	.268*	.253*	1	.278**	.375**	.344**	.377**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.024	.145	.011	.016		.008	.000	.001	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
MPR_6	Pearson Correlation	.203	.083	.268*	.226*	.278**	1	.566**	.430**	.196	.625**
	Sig. (2-tailed)	.056	.435	.011	.032	.008		.000	.000	.064	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
MPR_7	Pearson Correlation	.155	.129	.372**	.301**	.375**	.566**	1	.357**	.350**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.145	.226	.000	.004	.000	.000		.001	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
MPR_8	Pearson Correlation	.307**	.275**	.319**	.285**	.344**	.430**	.357**	1	.586**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.003	.009	.002	.006	.001	.000	.001		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
MPR_9	Pearson Correlation	.181	.389**	.397**	.388**	.377**	.196	.350**	.586**	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.089	.000	.000	.000	.000	.064	.001	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
MPR_TOTAL	Pearson Correlation	.452**	.436**	.673**	.628**	.595**	.625**	.669**	.712**	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Loyalitas Pelanggan (Y)

Correlations

		LP_1	LP_2	LP_3	LP_4	LP_5	LP_6	LP_7	LP_8	LP_9	LP_TOTAL
LP_1	Pearson Correlation	1	.364**	.444**	.555**	.167	.256*	.281**	.024	.104	.606**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.116	.015	.007	.819	.329	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LP_2	Pearson Correlation	.364**	1	.227*	.370**	.252*	.464**	.222*	.247*	.183	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000		.031	.000	.017	.000	.036	.019	.084	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LP_3	Pearson Correlation	.444**	.227*	1	.396**	.277**	.237*	.441**	.037	.088	.586**
	Sig. (2-tailed)	.000	.031		.000	.008	.024	.000	.728	.407	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LP_4	Pearson Correlation	.555**	.370**	.396**	1	.188	.260*	.233*	.169	.270*	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.077	.013	.027	.112	.010	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LP_5	Pearson Correlation	.167	.252*	.277**	.188	1	.269*	.430**	.280**	.190	.568**
	Sig. (2-tailed)	.116	.017	.008	.077		.010	.000	.008	.073	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LP_6	Pearson Correlation	.256*	.464**	.237*	.260*	.269*	1	.468**	.141	.269*	.622**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.024	.013	.010		.000	.186	.010	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LP_7	Pearson Correlation	.281**	.222*	.441**	.233*	.430**	.468**	1	.286**	.183	.665**
	Sig. (2-tailed)	.007	.036	.000	.027	.000	.000		.006	.084	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LP_8	Pearson Correlation	.024	.247*	.037	.169	.280**	.141	.286**	1	.435**	.504**
	Sig. (2-tailed)	.819	.019	.728	.112	.008	.186	.006		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LP_9	Pearson Correlation	.104	.183	.088	.270*	.190	.269*	.183	.435**	1	.511**
	Sig. (2-tailed)	.329	.084	.407	.010	.073	.010	.084	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LP_TOTAL	Pearson Correlation	.606**	.613**	.586**	.653**	.568**	.622**	.665**	.504**	.511**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 3 Uji Reliabilitas

a. Marketing Public Relations

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	10

b. Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	10



Lampiran 4 Hasil Turnitin

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	3%
2	core.ac.uk Internet Source	2%
3	journals.unisba.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
6	repository.unika.ac.id Internet Source	1%
7	123dok.com Internet Source	1%
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%
9	karyailmiah.unisba.ac.id Internet Source	<1%

Lampiran 5 Perbaikan Skripsi

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Seno Purwoto
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516230
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Terhadap
Loyalitas Pelanggan Erigo Official Shop Pada Generasi Z
Di Jakarta Selatan

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 14 Februari 2023 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 21 Februari 2023

Ketua Sidang : Drs. Hadi Surantio, M.Si. _____
Penguji I : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si. _____
Penguji II : Dr. Sugeng Wahyudi, M.Si _____

Keterangan :
*) Lembaran ini dapat diminta di sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diajukan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Nama Mahasiswa : Seno Purwoto
No. Pokok : 193516516230
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tempat Tgl. Lahir : Wonogiri, 25 Agustus 2001
Alamat Rumah : Jalan Pengadegan Selatan No.7F Rt.01/Rw.04
Telepon Rumah :
Telepon Kantor :
HP : 0895364630189
Alamat Kantor :
E-mail : senno.prwt@gmail.com

Jakarta, 21 Februari 2023

Alumni,

Seno Purwoto

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Seno Purwoto
NPM : 193516516230
Fakultas/Akademik : Fisip
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 14 Februari 2023




JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

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

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

The Influence of Marketing Public Relations Strategy on Erigo Official Shop Customer Loyalty in Generation Z in South Jakarta

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 21 Februari 2023	TGL : 22 Februari 2023	TGL : 22 Februari 2023
		

Lampiran 6 Persetujuan Skripsi

 **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 Erigo 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



HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : Seno Purwoto

NPM : 193516516230

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

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil 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, 20 Februari 2023

Yang Membuat Pernyataan,



(Seno Purwoto)



Lampiran 7 Pengesahan Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Seno Purwoto
NPM : 193516516230
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Terhadap
Loyalitas Pelanggan Erigo Official Shop Pada Generasi Z
Di Jakarta Selatan
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

Disahkan,
Jakarta, 21 Februari 2023

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing

Dr. Sugeng Wahyudi, M.Si

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si