

ABSTRAK

Ratna Sumirat, 011254, Pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap *Brand Image* Serta Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan Produk Pembalut Wanita Softex (Survey pada Siswi Sekolah Menengah Umum Negeri Se-Bandung), di bawah bimbingan Prof. Dr. H. Buchari Alma, M.Pd dan Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM.

Kebutuhan masyarakat dalam memperoleh barang-barang konsumsi (*consumer goods*) seperti barang-barang toiletries semakin meningkat, hal ini dikarenakan toiletries adalah barang-barang yang merupakan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi. Salah satu produk toiletries adalah pembalut wanita. Perkembangan pasar pembalut wanita sangat dinamis sehingga banyak perusahaan yang berminat untuk mengembangkan bisnisnya pada pasar jenis ini. Terbukti saat ini terdapat lebih dari 6 perusahaan besar yang memproduksi pembalut wanita. Persaingan pada perusahaan pembalut wanita salah satunya terjadi dalam perolehan pangsa pasar.

Untuk dapat memenangkan persaingan maka perusahaan harus dapat mempertahankan loyalitas pelanggannya. Salah satu upaya untuk mempertahankannya adalah dengan membentuk dan memperkuat *brand image* yang baik di benak pelanggan melalui *marketing public relations*. *Marketing public relations* ini dapat dilakukan dengan berbagai kegiatan diantaranya adalah *special event* dan *sponsorship*. Apabila suatu perusahaan memiliki pelanggan yang loyal maka perusahaan dapat menjaga pangsa pasar dan keberlangsungan hidupnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh *marketing public relations* terhadap *brand image* serta implikasinya pada loyalitas pelanggan.

Populasi penelitian ini adalah siswi pelanggan Softex di SMU Negeri se-Bandung yang mengikuti kegiatan *special event* dan *sponsorship* yang diadakan oleh Softex. Metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dan *deskriptif survey*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dilakukan melalui angket dan studi kepustakaan. Untuk mengukur besarnya ketiga variabel tersebut digunakan koefisien analisis jalur.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1, *marketing public relations* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *brand image*. Hasil pengujian hipotesis 2, menunjukkan *brand image* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya pada hipotesis 3 juga menunjukkan adanya pengaruh *marketing public relations* yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka disimpulkan bahwa secara keseluruhan nilai perhitungan yang diperoleh melalui analisis jalur lebih besar dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada tabel. Artinya secara keseluruhan terdapat pengaruh yang signifikan antara *marketing public relations* terhadap *brand image* serta implikasinya pada loyalitas pelanggan.



KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah menciptakan segala kebaikan serta shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah menyampaikan segala kebaikan kepada umatnya sehingga kita termasuk kepada golongan orang-orang yang baik

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas selesainya penulisan skripsi yang berjudul Pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap *Brand Image* Serta Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan Produk Pembalut Wanita Softex, guna memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana pendidikan pada Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa "Tak ada gading yang tak retak ". Untuk itu kritik dan saran yang konstruktif penulis dapat sambut dengan tangan terbuka, demi hasil yang lebih baik lagi kedepan.

Bandung, Februari 2006

Ratna Sumirat



UCAPAN TERIMAKASIH

Semua yang terjadi pada hakikatnya adalah atas izin Allah SWT. Oleh karena itulah penulis panjatkan puji dan syukur kepada-Nya dengan menyadari dan meyakini sepenuhnya pemberian nikmat dengan selesainya penyusunan skripsi, melalui berbagai bantuan yang diterima sebagai kemudahan selama menjalani masa kuliah hingga penulisan skripsi ini. Maka selayaknyalah penulis panjatkan rasa syukur terhadap-Nya dan tanpa mengurangi rasa hormat kepada yang lain, penulis mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia periode 2005-2010.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Dr. Agus Rahayu M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Ibu Prof. Dr. Hj. Yayat Hayati Djatmiko, M.Pd. selaku Ketua Tim Pengembang Penulisan Skripsi (TPPS).
6. Bapak Prof. Dr. H. Buchari Alma, M.Pd selaku Pembimbing I, yang dengan segala kesabaran, kebijakan dan dengan penuh rasa tanggung jawab telah meluangkan waktu dan tenaga serta fikiiran untuk membimbing penulis di tengah kesibukan beliau.
7. Bapak Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. selaku Pembimbing II, atas segala perhatian, keikhlasan dan kesungguhan beliau dalam membimbing serta

memberikan motivasi dan pengarahan, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Segenap Dosen dan Staf Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah membimbing dan memberikan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan
9. Segenap Kepala Sekolah, Guru, dan Staf Tata Usaha semua SMA Negeri di Bandung yang telah memberikan ijin, bantuan dan kemudahan bagi penulis dalam melakukan penyebaran kuesioner.
10. Bapak Sunanta Syarif, SE. yang telah berbaik hati dan sabar membantu dan membimbing dalam bidang statistika.
11. Terkasih Reza Alwan Sofnidar, SH. yang tak pernah berhenti memberi perhatian dan motivasi. Semua itu menjadi kekuatan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabatku Rossy, Nina, Trie, Dede, Purnama, IQos, Budi atas kebersamaan kita selama ini yang cukup memberi arti dan membuat penulis merasa tetap bersemangat. Persahabatan ini bukan hanya kebersamaan semata. Semoga persahabatan ini tidak akan pernah berakhir.
13. Rinda, Nung, Tanti, Cicih, Lilis, Ema, dan rekan-rekan Tata Niaga'01 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas suka dan duka selama perkuliahan sampai selesainya kebersamaan di bangku kuliah.
14. Sulastri, Wulan, dan Dini yang telah memberikan ilmu dengan sabar dan telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi.

Akhirnya sembah bakti penulis sampaikan kepada ayahanda Syam'ani Mukhsin dan ibunda Yoyoh Sholihah yang tak pernah berhenti memberi restu, cinta, kasih sayang dan doa yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis. Terimalah persembahan bakti ananda, buah dari perjuangan dalam menuntut

ilmu untuk mendapatkan ridho-Nya. Ridho Allah adalah ridho kedua orang tua. Terimakasih penulis haturkan juga pada kakak-kakak tercinta (Ida Syahidah, Burhanuramdian, Ahmad Furqon, Eva Arafah, Selamat Abadi, dan Indah Lestari) yang senantiasa memberikan semangat dan bantuannya baik moril maupun materil, juga ke tiga belas keponakan yang selalu membuat penulis terhibur. Serta keluarga besar. Hanya ALLAH SWT yang bisa membalas kemurahan hati dan amal baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandung, Februari 2006

Ratna Sumirat

