

**PENGARUH *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
“TERJEBAK KOPI”**



ANITA

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU**

2023

**PENGARUH *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
“TERJEBAK KOPI”**

Oleh

**ANITA
19105142220004**

skripsi sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU**

2023

RINGKASAN

ANITA. Pengaruh *Marketing Public Relations* dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan “Terjebak Kopi” di bawah bimbingan **Ahmad Yousuf Kurniawan** dan **Yudi Ferrianta**.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung atau tidak langsung variabel *marketing public relations* dan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan “Terjebak Kopi”. Penelitian dilakukan di *coffee shop* Terjebak Kopi bertempat di wilayah Loktabat Utara, Kec. Banjarbaru Utara Kota Banjar Baru yang dilaksanakan dari bulan Januari 2023 hingga juni, mulai dari persiapan, pengumpulan dan pengolahan data hingga penyusunan laporan.

Penelitian ini menggunakan metode penarikan contoh *non probability sampling* dengan jumlah sampel yaitu sebesar 100 responden. Kuisisioner disebarakan melalui goole form. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan kuisisioner. Adapun teknik analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui program IBM SPSS AMOS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Marketing public relations* tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan kegiatan tersebut hanya mampu menarik pelanggan pada saat kegiatan dilaksanakan saja, bukan dalam jangka panjang. 2) *Brand image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung akan mengembangkan keterikatan emosional mereka terhadap merek yang mereka anggap positif, sehingga dapat dikatakan bahwa Terjebak Kopi mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. 3) Terdapat pengaruh tidak langsung antara *marketing public relations* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Kegiatan *marketing public relations* dapat dikatakan mampu membuat pelanggan merasa puas sehingga akhirnya loyal terhadap Terjebak Kopi. 4) Tidak ada pengaruh tidak langsung yang signifikan antara *brand image* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Citra yang dimiliki oleh Terjebak Kopi masih belum memadai untuk memenuhi kepuasan pelanggan sepenuhnya hingga pada akhirnya memutuskan loyal terhadap Terjebak Kopi. Disarankan bagi

Terjebak Kopi agar meningkatkan lebih kegiatan *marketing public relations* serta kepuasan pelanggan. Selain itu bagi Terjebak Kopi agar dapat meningkatkan interaksi dengan masyarakat dengan kegiatan *marketing public relations* yang berbeda dari sebelumnya.

Judul : Pengaruh *Marketing Public Relations* dan *Brand Image*
Terhadap Loyalitas Pelanggan “Terjebak Kopi”
Nama : Anita
NIM : 1910514220004
Program Studi : Agribisnis

Menyetujui Tim Pembimbing :

Anggota,

Ketua,


Dr. Yudi Ferrianta, SP, MP
NIP. 19750406 200003 1 001


Ahmad Yousuf Kurniawan, SP, MSi
NIP. 19800217 200312 1 003

Diketahui oleh :

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian,


Mira Yulianti, SP, M.Si
NIP. 19770714 200212 2 002

Tanggal Lulus : 23 Agustus 2023

SERTIFIKAT

Nomor: 421 JUN8.1.23/SP/2023

Sertifikat ini diberikan kepada:

ANITA

NIM

: 1910514220004

Jurusan

: Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas

: Pertanian

Telah dilakukan pengecekan uji kemiripan Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa dengan indeks sebesar:

18%

Banjarbaru, 29 Agustus 2023

a.n. Dekan

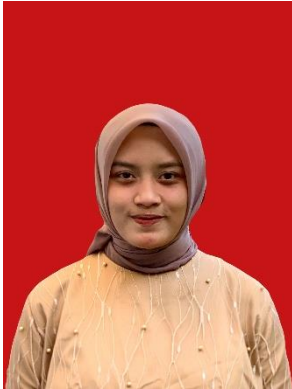
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. Ir. Ika Sumantri, S.Pt., M.Si., M.Sc., IPM.

NIP. 197308071998031003

RIWAYAT HIDUP



ANITA. Anak kedua dari empat bersaudara, keluarga Bapak Abdul Manaf dan Ibu Yurnita. Dilahirkan di Tabalong pada tanggal 5 Februari 2001.

Menempuh Pendidikan dasar di SDN Garunggung dan lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan Pendidikan ke MTsN 1 Tanjung dan lulus pada tahun 2016, lalu melanjutkan Pendidikan ke MAN 1 Tabalong pada tahun 2016 dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun yang sama melanjutkan Pendidikan di Universitas Lambung Mangkurat melalui jalur SBMPTN di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian.

Selama masa perkuliahan penulis aktif mengikuti organisasi LPM PUSAKA HIJAU sebagai magang pada periode 2020 dan dilanjutkan menjadi koordinator divisi Perusahaan pada periode 2021-2022, lalu dilanjutkan menjadi anggota Badan Pengawas Organisasi (BPO) pada periode 2022-2023. Selain itu penulis aktif mengikuti organisasi Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEP) sebagai magang/tunas pada tahun 2020 dan dilanjut menjadi anggota di departemen 5 (Hubungan Luar Kampus) pada periode 2021-2022 dan dilanjutkan sebagai koordinator pada departemen 5 (Kemitraan) pada periode 2022-2023. Penulis juga mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada bulan Juli 2022 di kelurahan Teluk Dalam, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin.

Pada bulan Januari 2023 penulis mulai merancang penelitian dengan judul Pengaruh *Marketing Public Relations* dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan “Terjebak Kopi”. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2023, disusul dengan tahap penulisan hasil skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Marketing Public Relations dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan “Terjebak Kopi”** yang diajukan sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Pertanian. Terima kasih juga saya sampaikan kepada semua pihak yang terlibat dalam perjalanan studi di Fakultas Pertanian dan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian sehingga selesainya penelitian ini, khususnya kepada :

1. Kedua orang tua, Abdul Manaf dan Yurnita serta ketiga saudara tercinta, Arpin, Ahmad Razil Ilham dan Fitriani yang selalu memberikan dukungan, cinta, doa, kasih sayang dan segalanya yang tak ternilai harganya.
2. Bapak Ahmad Yousuf Kurniawan, SP. MSi selaku dosen pembimbing I dan bapak Dr. Yudi Ferrianta, S.P., M.P selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi serta berbagai ilmu pengetahuan yang tak ternilai harganya.
3. Tim penguji komprehensif yaitu ibu Nurmelati Septiana, SP, MSi dan ibu Ir. Hj. Mariani, M.Si.
4. Seluruh dosen dan karyawan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian atas ilmu-ilmu dan nasehat yang diberikan.
5. Teman-teman Agribisnis 2019 yang selalu menemani dan memberikan dukungan serta semangat selama perkuliahan berlangsung.
6. Teman baik penulis, Nevia Amanda Bahri, Nur Maulida Yanti, Bachruna Saleh, Renaldie Setiadi Saputra, Obed Yunus Hasan Purba dan rekan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, bantuan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Pihak Terjebak Kopi yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di kedai kopi tersebut serta seluruh responden yang telah ikut berkontribusi dalam penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun dari semua pihak. Penulis berharap

semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terutama bagi Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru.

Banjarbaru, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
RINGKASAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	3
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
<i>Marketing Public Relations</i>	5
Indikator <i>Marketing Public Relations</i>	5
<i>Brand Image</i>	6
Indikator <i>Brand Image</i>	7
Kepuasan pelanggan	7
Indikator Kepuasan Pelanggan	8
Loyalitas pelanggan	9
Indikator Loyalitas Pelanggan	9
<i>Structural Equation Modeling</i>	10
Diagram Model.....	11

Hipotesis	12
Penelitian Terdahulu	13
METODE PENELITIAN.....	15
Tempat dan Waktu Penelitian.....	15
Jenis dan Sumber Data.....	15
Metode Penarikan Contoh	15
Teknik Pengumpulan Data	16
Skala Pengukuran	17
Analisis Data.....	19
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	24
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
Karakteristik Responden	28
Pengujian Instrumen	30
Pengujian Asumsi SEM.....	33
Pengujian Goodness of Fit.....	35
Pengujian Hipotesis	36
Pembahasan	39
KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
Kesimpulan	48
Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Konsumsi Kopi di Indonesia	1
2.	Diagram Model	12
3.	Logo	25
4.	Menu Terjebak Kopi	26
5.	Struktur Organisasi.....	27
6.	Modifikasi Diagram Model.....	35

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Variabel, Indikator dan Pengukuran.....	18
2.	Jenis Kelamin	28
3.	Usia Responden.....	28
4.	Pendidikan Responden	29
5.	Pekerjaan Responden	30
6.	Hasil uji validitas sebelum dimodifikasi	30
7.	Hasil uji validitas setelah modifikasi	31
8.	Hasil uji validitas dengan menggunakan uji CFA.....	32
9.	Hasil uji reabilitas konstruk	33
10.	Hasil Uji Normalitas.....	33
11.	Hasil <i>Goodness of Fit</i>	36
12.	Hasil uji <i>regression weight</i>	37
13.	Hasil <i>calculate sobel test</i> untuk menguji pengaruh tidak langsung	39

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1.	Karakteristik Responden	53
2.	Tabulasi Data.....	56
3.	Outlet Terjebak Kopi.....	59
4.	<i>Event-event</i> terjebak Kopi	60
5.	Hasil Uji Reabilitas	61
6.	Output software AMOS sebelum dimodifikasi	62
7.	Output software AMOS sesudah Modifikasi	69
8.	Dokumentasi Pengambilan Data	75