

## ABSTRAK

### **Wildan Andriansyah Sasmita (1138020265) Pengaruh *Public Relations* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* (Studi pada Bank Rakyat Indonesia Unit Cibarusah )**

Penelitian ini mengenai *Public Relations* guna memperkuat *Brand Image* yang nantinya akan mempengaruhi *Customer Loyalty* terhadap produk Bank BRI Unit Cibarusah. Dimana variabel independen yaitu *Public Relations* dan *Brand Image*, sedangkan variabel dependennya adalah *Customer Loyalty*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis loyalitas atau kesetiaan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku.

Penelitian ini menggunakan teori Byron Christian untuk variabel *Public Relations* dan Kotler untuk variabel *Brand Image* dan Kotler dan Keller dalam variabel *Customer Loyalty*.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknis analisis yang digunakan adalah Uji validitas, Uji reliabilitas, uji regresi berganda, uji T, uji F, dan koefisien determinasi,. Dengan menggunakan alat bantu SPSS 20.

Hasil penelitian ini menggunakan regresi berganda dapat diketahui bahwa variabel *Public Relations* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* pada tingkat signifikan 0,05 dan  $t_{tabel}$  1,986. Variabel *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* pada tingkat signifikan 0,05 dan  $t_{tabel}$  1,986. *Public Relations* dan *Brand Image* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $36,824 > 3,10$ ). Dapat di peroleh  $T_{hitung}$  untuk variabel *Public Relations* 4,396 dengan  $t_{tabel}$  1,986 jadi  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dan didapat nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai  $0,000 < 0,05$ . Dapat diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel *Brand Image* 3,340 dengan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dan didapat nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau  $0,001 < 0,05$ .

**Kata kunci :** *Public Relations* dan *Brand Image*. *Customer Loyalty*.