

**PENGARUH *PUBLIC RELATION PERCEPTIONS* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA
UNIVERSITAS SWASTA DI BANDUNG)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh
Sidang Sarjana Strata 1 (S-1)**

**Oleh
TIARA PUSPITA LOKA
1552350**



**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG
2019**

**THE MODERATING EFFECT OF BRAND IMAGE ON
PUBLIC RELATIONS PERCEPTION AND
CUSTOMER LOYALTY (STUDY IN
THE PRIVATE UNIVERSITY
IN BANDUNG)**

Thesis

**In Partial Fulfillment of The Requirements for The Degree of
Bachelor of Science in Management**

**By
TIARA PUSPITA LOKA
1552350**



**STUDY PROGRAM S-1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
MARANATHA CHRISTIAN UNIVERSITY
BANDUNG
2019**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis berikan kepada Allah S.W.T karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Public Relations Perception terhadap Loyalitas Konsumen dengan Brand Image sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Universitas Swasta di Bandung)” dengan baik. Adapun tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Sidang Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Penelitian ini ditujukan untuk dapat memberikan gambaran tentang persepsi masyarakat terhadap public relation dalam mengelola brand image untuk menciptakan loyalitas konsumen. Harapan penulis semoga penelitian ini membantu menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca, sehingga penulis dapat memperbaiki bentuk maupun isi penelitian ini hingga kedepannya dapat lebih baik.

Penelitian ini penulis akui masih banyak kekurangan karena pengalaman yang penulis miliki masih sangat kurang. Oleh karena itu penulis harapkan kepada pembaca untuk memberikan masuka-masukan yang bersifat membangun untuk kesempurnaan penelitian ini.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak mungkin berhasil tanpa bantuan orang-orang terdekat yang memberi dorongan yang luar biasa kepada peneliti. Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu A. Rinny Maharsi, S.E., M.M. atas segala bimbingan, masukan yang diberikan kepada peneliti selama penyusunan tugas akhir ini.

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada ALLAH SWT
2. Keluarga tercinta, Bapak Herwin Winata Plawira dan Ibu Teja Ningrum selaku orang tua peneliti yang selalu mendukung, kepada kakak Puspita Yunda Aulia yang selalu mendoakan, dan menyertakan semangat hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir.
3. Bapak Dr. Mathius Tandiontong, S.E., M.M., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
4. Ibu Dr. Ratna Widiastuti, S.E.,M.T. selaku Wakil I dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
5. Bapak Dr. Jahja Hamdani Widjaja, S.E., M.M selaku Ketua dan Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maranatha Bandung.
6. Ibu Sherlywati, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
7. Ibu Dr. Dorothea Wahyu Ariani, S.E., M.T., selaku dosen wali peneliti.

8. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang telah memberikan ilmu kepada saya.
9. Fibula Nadya P.U, Novita Permata Dewi, Ita Mutiara S.E, Tirani Angelin S.E selaku sahabat yang sangat membantu dalam moril maupun materil, fasilitas, motivasi sehingga skripsi ini dapat selesai.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi dan teman-teman penulis yang tidak mungkin disebutkan satu-persatu.

Akhir kata, semoga Tuhan selalu melimpahkan kasih dan sayangNya kepada semua pihak atas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan memberi nilai tambah serta wawasan bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, Juni 2019

Tiara Puspita Loka