

**PENGARUH *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DALAM  
PELAYANAN PAJAK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(SURVEI PADA PELANGGAN PT JAPAN ASIA CONSULTANTS)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

**2017**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Yuni Lestari  
NIM : 051303503125070  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : *Public Relations*

*Marketing public relations terhadap loyalitas pelanggan*

**ABSTRAK**

Dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang pengaruh *Marketing Public Relations* dalam pelayanan pajak terhadap Loyalitas Pelanggan. Karena masih banyak kolega bisnis yang ingin mengetahui seberapa besar kah pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap Loyalitas pelanggan yang dimana dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa perpajakan sangat membutuhkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan teori *Excellence theory* sebagai teori dasar dari ilmu yang mempelajari bagaimana hubungan masyarakat dapat berkontribusi sebagai fungsi manajemen untuk keseluruhan keefektifan organisasi. Empat kategori yang mendasar adalah pemberdayaan fungsi *public relations*, Peran komunikator, Organisasi fungsi komunikasi, model hubungan masyarakat, dalam hal ini 4(empat) kategori ini merupakan pondasi dari *marketing public relations*.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigm positivistik, pendekatan kuantitatif, metode survei dan bersifat deskriptif.

Melalui analisa data secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa dari uji f yang dilakukan menghasilkan kesimpulan dengan nilai F tabel 7,938 yang dimana lebih besar dari F hitung sebesar 3,97, sementara uji t yang dilakukan menyimpulkan bahwa t hitung dengan nilai 2,818 lebih besar daripada t tabel 1,991, maka kesimpulan dari uji ini adalah Terdapat Pengaruh *Marketing Public Relations* dalam Pelayanan Pajak Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Japan Asia Consultants.

Kata kunci : *Marketing Public Relations*, Loyalitas Pelanggan

Pembimbing I : Bertka K, Sinambela, S.Sos, M.Si  
Pembimbing II : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Yuni Lestari  
NIM : 051303503125070  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : *Public Relations*

*Marketing public relations of Customer Loyalty*

**ABSTRACT**

*In this study, researchers examined the influence of Marketing Public Relations in the tax service to Customer Loyalty. Because there are still many business colleagues who want to know how much influence of Public Relations Marketing Loyalty customers who where in companies engaged in the field of taxation services require customer loyalty.*

*This study uses the theory of Excellence theory as a basic theory of science that studies how public relations can contribute as a manajamen function for the overall effectiveness of the organization. The four basic categories are the empowerment of public relations function, the role of communicator, the organization of communication function, the model of public relations, in this case 4 (four) categories is the foundation of marketing public relations.*

*In this research use positivistic paradigm, quantitative approach, survey method and is descriptive.*

*Through the analysis of data as a whole can be concluded that from the f-test conducted to produce conclusions with the value of f table 7.938 which is greater than f arithmetic of 3.97, while t test conducted concluded that t arithmetic with a value of 2.818 greater than t table 1.991 , Then the conclusion of this test is There is Influence Marketing Public Relations in Tax Service of Customer Loyalty PT Japan Asia Consultants.*

**Key Words :** *Marketing Public Relations, Customer Loyalty*

Pembimbing I : Bertka K, Sinambela, S.Sos, M.Si  
Pembimbing II : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si