

Judul	: Analisis Empiris Pengaruh Public Relations Terhadap Citra PT. Hero Supermarket Tbk/Yumei Lianty
Pengarang	: Lianty Yumei
Nim	: 915060001
Kota	: Jakarta
Tahun Terbit	: 2010
Deskripsi Fisik	: xix + 152 hlm, 2010, tabel 53; gambar 6; lampiran 49
Pembimbing	: 1.Drs. Widayatmoko, MM
Bidang	: 1.Illmu Komunikasi
Subjek	: 1.Public relations
Abstrak	Penelitian ini membahas tentang kegiatan dan pelayanan Public Relations yang dilakukan oleh PT. Hero Supermarket Tbk dan menganalisa bagaimana dampaknya terhadap citra Hero Supermarket. Kegiatan tersebut dihubungkan dengan bagaimana Public Relations PT Hero Supermarket Tbk bertindak selaku Penasehat Ahli (Expert Prescriber), Fasilitator Komunikasi (Communication Fasilitator), Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (Problem Solving Process Fasilitator), Teknisi Komunikasi (Communication Technician). Semuanya itu akan berdampak pada Citra Hero Supermarket, khususnya pelayanan (services). Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan penelitian, yaitu: 1) Untuk mengetahui tentang peran Public Relations di PT Hero Supermarket Tbk; 2) Untuk mengetahui tentang citra PT Hero Supermarket Tbk menurut pandangan/persepsi masyarakat (konsumen); 3) Untuk mengetahui pengaruh Public Relations terhadap citra PT Hero Supermarket Tbk. Metode penelitian yang digunakan adalah metode korelasional yang bertujuan mempelajari pengaruh Public Relations PT Hero Supermarket Tbk terhadap Citra Hero Supermarket. Populasi dari penelitian ini tidak dapat diketahui karena jumlah konsumen yang datang ke tempat penelitian berbeda pada setiap harinya, oleh karena itu, peneliti tidak menentukan jumlah populasinya. Sampel yang peneliti gunakan adalah sebanyak 100 responden yang dipilih dengan metode Purposive Sampling. Peneliti ini mengajukan hipotesis yang menyatakan bahwa Public Relations PT Hero mengajukan hipotesis yang menyatakan bahwa Public Relations PT Hero Supermarket Tbk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Hero Supermarket. Metode analisis yang digunakan adalah: 1) Metode analisis deskriptif kuantitatif untuk menyajikan rangkuman statistik tentang penilaian para responden; 2) Melakukan uji validitas dan reliabilitas yaitu Cronbachs Alpha $> 0,70$; dan 3) Metode analisis untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan menerapkan analisis regresi sederhana berdasarkan statistik Uji t hitung menunjukkan nilai R-Square sebesar 63,2%, sedangkan sisanya sebesar 36,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian, kesimpulan yang diperoleh adalah H_0 ditolak berdasarkan statistik Uji-t hitung menunjukkan nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa Public Relations PT Hero Supermarket Tbk secara signifikan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Citra Hero Supermarket.