

ABSTRAK

Judul	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan PT Mandiri Multi Fungsi dalam Pelaksanaan <i>Event Bekraf HKI Run Tahun 2019</i>
Nama	: Nurma Khalimatussyadiyah
Program Studi	: Hubungan Masyarakat

Latar belakang penelitian ini adalah kehadiran *event organizer* sebagai sarana alternatif ketika penggunaan media baik cetak maupun elektronik tidak lagi efektif dalam menyampaikan pesan kepada sasaran. Kegiatan penyelenggaraan acara oleh perusahaan *event organizer*, membuat perusahaan yang bergerak pada pelayanan jasa penyedia acara semakin meningkatkan sektor pelayanannya untuk tetap mempertahankan eksistensinya dan nama baik dimata *client*. Dengan situasi dunia *event organizer* yang semakin meningkat maka perusahaan lebih mengedepankan kenyamanan dan kepuasan yang maksimal *client* nya atas pelayanan jasa yang diberikan.

Adapun permasalahan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *marketing public relation* dan *brand image* terhadap Kepuasan Pelanggan PT Mandiri Multi Fungsi dalam Pelaksanaan *Event Bekraf HKI Run Tahun 2019*. Dengan tujuan mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada PT Mandiri Multi Fungsi pada *Event Bekraf HKI Run Tahun 2019*.

Penelitian ini dilakukan dengan desain kuantitatif dimana analisis yang digunakan untuk data-data yang berbentuk angka yang dapat di ukur atau di hitung. Dengan sumber data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala *likert* malalui *google form*. Tujuan analisis kuantitatif adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel atau hal terdapat variabel lain secara kuantitatif. Analisis ini menggunakan suatu perhitungan melalui metode statistik dengan menggunakan *software SPSS 25.0*.

Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh positif *brand image* terhadap kepuasan peserta *event Bekraf HKI Run 2019* dan diperoleh pengaruh *brand image* terhadap kepuasan peserta *event Bekraf HKI Run 2019* sebesar 77,7 % dan sisanya 22,3 % dipengaruhi variabel yang diluar penelitian.

Kata kunci: *Brand Image*, Kepuasan Pengguna

ABSTRAC

Title *The Influence of Brand Image on Customer Satisfaction of PT Mandiri Multi-Functions in the Implementation of the 2019 IPB HKI Event Run*

Name : Nurma Khalimatussyadiyah
Study program : Public Relations

The background of this research is the presence of event organizers as an alternative means when the use of both print and electronic media is no longer effective in conveying messages to the target. Event organizing activities by the event organizer company make the company engaged in providing services to the event provider to improve its service sector to maintain its existence and good name in the eyes of the client. With the increasing situation of the event organizer world, the company prioritizes the maximum comfort and satisfaction of its clients for the services provided.

The problem of this research is to analyze the effect of marketing public relations and brand image on PT Mandiri Multi-Functional Customer Satisfaction in the Implementation of the 2019 HIP Run Bekraf Event. With the aim of measuring the level of customer satisfaction at PT Mandiri Multi-Functional on the Hraf Run IPR Event 2019.

This research was conducted with a quantitative design in which the analysis used for data in the form of numbers that can be measured or calculated. With the source of data obtained through the distribution of questionnaires with Likert scale through Google Form The purpose of quantitative analysis is to find out how much influence a variable has or there are other variables quantitatively This analysis uses a calculation through statistical methods using SPSS 25.0 software.

The results showed a positive effect of brand image on the satisfaction of participants in the Bekraf HKI Run 2019 event and the effect of brand image on the satisfaction of participants in the Bekraf HKI Run 2019 event was 77.7% and the remaining 22.3% was influenced by variables outside the study.

Keywords: *Brand Image, User Satisfaction*