

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

PT. *Sugar Group Companies* merupakan produsen gula terintegrasi kelas dunia, yang diproduksi di Provinsi Lampung, Indonesia. Kegiatan operasionalnya mencakup setiap aspek produksi gula mulai dari penanaman tebu, pemanenan, pemurnian, pengemasan, pendistribusian, hingga pemasaran. PT. *Sugar Group Companies* sudah didirikan sejak tahun 1983 di Lampung, dan telah berhasil mengembangkan dan menumbuhkan kapabilitasnya sebagai industry perkebunan tebu.

PT. *Sugar Group Companies* dengan produk Gulaku tentunya sudah sangat banyak dikenal dikalangan masyarakat, mengingat mereka menjadi produsen gula nomor satu di Indonesia dengan total penjualan melebihi kompetitor di bidang gula pada tahun 2022, berdasarkan tabel 1 pada latar belakang di halaman 4.

PT. *Sugar Group Companies* menghasilkan berbagai jenis gula, termasuk gula Kristal, gula merah, gula cair, dan produk-produk turunan seperti sirup glukosa, fruktosa, dan produk manis lainnya. Namun perlu diingat bahwa *brand* yang dimiliki oleh PT. *Sugar Group Companies* hanya Gulaku. Selain itu, PT. *Sugar Group Companies* berkomitmen pada praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial. Hal ini dapat mencakup investasi teknologi ramah lingkungan, partisipasi dalam program kesejahteraan masyarakat setempat, dan mendukung kegiatan sosial yang berdampak positif.

PT. *Sugar Group Companies* juga memiliki empat buah anak perusahaan, PT. Gula Putih Mataram, PT. *Sweet Indo Lampung*, PT. *Indolampung Perkasa*, dan PT. *Indolampung Distillery*. Dimana keempat perusahaan tersebut tetap memproduksi satu *brand* yang sama

yaitu Gulaku, dengan kemasan yang beragam (sugargroupcareers.com).

2. Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 4
Logo Gulaku

Sumber : google.com (2023)

Produk Gulaku didirikan pada tahun 2002 untuk menyediakan gula berkualitas tinggi, harga yang terjangkau, dan mudah didapat bagi masyarakat di Indonesia. Setiap produk Gulaku dibuat dengan konsistensi standar kualitas di dalam kemasan yang steril. Hal ini berkaitan dengan Visi dari perusahaan yaitu, memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen dengan menyediakan gula dan terus ditingkatkan untuk mencapai keberlanjutan (sugargroupcareers.com).

Gulaku memiliki *tagline* “Gula Tebu Murni, Manis, Alami, Bersih”, yang di tempatkan ke semua kemasan produk Gulaku. *Tagline* tersebut ditujukan untuk memberi pesan kepada para konsumen bahwa produk Gulaku menjamin akan kebersihan dan dihasilkan dari tebu murni asli.

Produk Gulaku juga dikenal sebagai salah satu produk gulak yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Mengingat produk Gulaku menduduki peringkat pertama penjualan pada tahun 2022, hal ini dikarenakan keunggulan dari produk Gulaku adalah produknya berkualitas baik dan memiliki harga yang terjangkau.

Visi

Memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen dengan menyediakan gula dan terus ditingkatkan untuk mencapai keberlanjutan.

Misi

1. Memproduksi gula sesuai dengan SNI 3140.3:2010 (Gula Kristal Putih).
2. Menerapkan proses manufaktur yang efisien, ramah lingkungan, dan berjangka panjang.
3. Memiliki karyawan yang bermotivasi tinggi, kompeten, dan berdedikasi pada pekerjaannya.
4. Menjadi mitra pembangunan pemerintah, khususnya di Lampung, dalam aspek sosial, ekonomi, dan budaya.

(*sugargroupcareers.com*)

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan mengirim kuesioner kepada 85 responden yang merupakan warga kelurahan Seputih Mataram RT2/RW1 yang berlokasi di sekitar pabrik PT. *Sugar Group Companies*. Metode yang digunakan adalah pengiriman pesan langsung melalui Whatsapp kepada warga Bandar Mataram pada tanggal 28 Agustus 2023.

a. Jenis Kelamin

Tabel 11
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	21	24.7%
Wanita	64	75.3%
Jumlah	85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Berdasarkan tabel jenis kelamin di atas dari seluruh responden sebanyak 85 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui responden berjenis kelamin pria sebanyak 21 orang dengan persentase 24.7%, dan responden berjenis kelamin wanita sebanyak 64 orang dengan persentase 75.3%. Dari data yang diperoleh dapat diketahui bahwa penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin wanita.

b. Usia

Tabel 12
Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17 – 25 Tahun	10	11.8%
26 – 30 Tahun	20	23.5%
31 – 35 Tahun	18	21.2%
36 – 40 Tahun	22	25.9%
> 41 Tahun	15	17.6%
Jumlah	85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Berdasarkan tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 85 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui responden dengan usia 17-25 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 11.8%, berusia 26-30 tahun sebanyak 20 orang dengan persentase 23.5%, berusia 31-35 tahun sebanyak 18 orang dengan persentase 21.2%, berusia 36 – 40 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 25.9%, berusia lebih dari 41 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase 17.6%. Dari data yang diperoleh dapat terlihat bahwa penelitian ini didominasi dengan responden yang berusia 36-40 tahun dengan besaran persentase 25.9%.

2. Pernyataan Variabel X (*Marketing Public Relations*)

Variabel X ini menggunakan 7 dimensi, yaitu, *publication, events,*

sponsorship, news, speeches, public service & activities, identity media, yang disusun sebanyak 23 item pernyataan sebagai berikut:

a. Publication

Tabel 13
Sering Mendapat Informasi Mengenai PT. *Sugar*
Group Companies

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	52	61.2%
2.	Setuju	26	30.6%
3.	Tidak Setuju	3	3.5%
4.	Sangat Tidak Setuju	4	4.7%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 85 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 52 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 61.2%, sebanyak 26 orang menjawab setuju dengan persentase 30.6%, sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju, dengan persentase 3.5%, sebanyak 4 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 4.7%. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden sering mendapat informasi terkait PT. *Sugar Group Companies*.

Tabel 14
Sering Melihat Informasi Produk PT. *Sugar*
Group Companies

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	47	55.3%
2.	Setuju	33	38.8%
3.	Tidak Setuju	4	4.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.2%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak

85 responden, sebanyak 47 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 55.3%, 33 orang menjawab setuju dengan persentase 38.8%, 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4.7%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.2%.

Tabel 15
Mudah Mendapatkan Informasi Produk Gulaku

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	34	40%
2.	Setuju	47	55.3%
3.	Tidak Setuju	4	4.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 85 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 34 orang dengan persentase 40% menjawab sangat setuju, 47 orang menjawab setuju dengan persentase 55.3%, 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4.7%, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa 47 orang setuju bahwa mudah untuk mendapatkan informasi terkait produk Gulaku melalui website maupun Instagram @gulakuofficial.

Tabel 16
Informasi Produk Gulaku Mudah Didapatkan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	32	37.6%
2.	Setuju	49	57.6%
3.	Tidak Setuju	4	4.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Berdasarkan data tabel di atas dengan responden 85 orang, di

dapatkan hasil 32 orang responden menjawab sangat setuju dengan persentase 37.6%, 49 orang menjawab setuju dengan 57.6%, 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4.7%.

b. Events

Tabel 17
Sering Menyelenggarakan Event atau Acara

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	7	8.2%
2	Setuju	38	44.7%
3	Tidak Setuju	28	32.9%
4	Sangat Tidak Setuju	12	14.1%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Berdasarkan data tabel di atas, dengan 85 orang sebagai responden, didapatkan 7 orang sangat setuju dengan persentase 8.2%, 38 orang setuju dengan persentase 44.7%, 28 orang tidak setuju dengan persentase 32.9%, dan 12 orang sangat tidak setuju dengan persentase 14.1%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan ini didominasi dengan pernyataan setuju.

Tabel 18
Pernah Mengikuti Event atau Acara Yang Diselenggarakan PT. Sugar Group Companies

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	16	18.8%
2	Setuju	35	41.2%
3	Tidak Setuju	32	37.6%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2.4%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel hasil kuesioner di atas, 85 orang responden, 16 orang sangat setuju dengan persentase 18.8%, 35 orang setuju dengan persentase 41.2%, 32 orang tidak setuju dengan persentase 37.6%,

dan 2 orang sangat tidak setuju dengan persentase 2.4%.

Tabel 19
Tertarik Mengikuti Acara Yang Diselenggarakan PT.
Sugar Group Companies

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	49	57.6%
2.	Setuju	31	36.5%
3.	Tidak Setuju	5	5.9%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, 49 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 57.6%, 31 orang setuju dengan persentase 36.5%, 5 orang tidak setuju dengan persentase 5.9%, dan 0 orang sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan ini didominasi dengan rata-rata responden 49 orang menjawab sangat setuju dan tertarik untuk mengikuti acara yang telah diselenggarakan PT. *Sugar Group Companies*.

c. Sponsorship

Tabel 20
PT. *Sugar Group Companies* Pernah Menjadi
***Sponsorship* Pada Event Tertentu**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	21	24.7%
2.	Setuju	60	70.6%
3.	Tidak Setuju	4	4.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan 85 responden, didapatkan data 21 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 24.7%, 60 orang

setuju dengan persentase 70.6%, 4 orang tidak setuju dengan persentase 4.7%, dan 0 orang sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata mayoritas pernyataan didominasi oleh enam puluh (60) responden dengan pernyataan setuju bahwa PT. *Sugar Group Companies* pernah menjadi *sponsorship* untuk mendukung suatu *event* ataupun acara tertentu yang menjadi bentuk promosi yang dilakukan oleh PT. *Sugar Group Companies*.

Tabel 21
Pernah Mengikuti *Event* Yang Disponsori
PT. *Sugar Group Companies*

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	22	25.9%
2.	Setuju	32	37.6%
3.	Tidak Setuju	29	34.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2.4%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, 22 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 25.9%, 32 orang setuju dengan persentase 37.6%, 29 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 34.1%, 2 orang sangat tidak setuju dengan persentase 2.4%.

Tabel 22
***Sponsorship* Yang Dilakukan**
PT. *Sugar Group Companies* Sudah Tepat Sasaran

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	39	45.9%
2.	Setuju	42	49.4%
3.	Tidak Setuju	4	4.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, di dapatkan hasil 39 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 45.9%, 42 setuju dengan persentase 49.4%, 4 orang tidak setuju dengan persentase 4.7%, dan 0 orang sangat tidak setuju dengan persentase 0%.

Tabel 23
Sponsorship Ditujukan Kepada Ibu Rumah Tangga

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	32	37.6%
2.	Setuju	25	29.4%
3.	Tidak Setuju	21	24.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	7	8.2%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel penelitian di atas dengan jumlah responden 85 orang dengan persentase 100%, didapatkan 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 37.6%, 25 orang menjawab setuju dengan persentase 29.4%, 21 orang tidak setuju dengan persentase 24.7%, dan 7 orang sangat tidak setuju dengan persentase 8.2%. Rata-rata responden menjawab sangat setuju, *sponsorship* ditujukan kepada ibu rumah tangga.

d. News

Tabel 24
Mudah Mendapatkan Informasi Produk melalui karyawan Perusahaan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	45	52.9%
2.	Setuju	35	41.2%
3.	Tidak Setuju	4	4.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.2%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, di dapatkan hasil 45 orang sangat setuju dengan persentase 52.9%, 35 orang menjawab setuju dengan persentase 41.2%, 4 orang tidak setuju dengan persentase 4.7%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.2%. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab sangat setuju bahwa mudah mendapatkan informasi produk Gulaku melalui website maupun karyawan perusahaan dengan hasil 45 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 52.9%.

Tabel 25
Mudah Mendapatkan Informasi PT. *Sugar Group Companies* melalui website *sugargroupcareers.com*

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	14	16.5%
2.	Setuju	65	76.5%
3.	Tidak Setuju	5	5.9%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.2%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan populasi 85 responden, 14 orang menjawab sangat setuju persentase 16.5%, 65 orang menjawab setuju persentase 76.5%, 5 orang tidak setuju, persentase 5.9%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju persentase 1.2%. Rata-rata responden setuju sangat mudah untuk mendapatkan informasi terkait PT. *Sugar Group Companies* melalui website *sugargroupcareers.com* dengan hasil persentase sebesar 76.5%.

Tabel 26
Mudah Mendapatkan Informasi PT. *Sugar Group Companies* melalui artikel pencarian Google

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	52	61.2%
2.	Setuju	26	30.6%

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
3.	Tidak Setuju	5	5.9%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2.4%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel penelitian di atas, didapatkan hasil 52 orang menjawab sangat setuju dengan persentase sebesar 61.2%, 26 orang menjawab setuju dengan persentase sebesar 30.6%, 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase sebesar 5.9%, dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan besar persentase 2.4%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa informasi terkait PT. *Sugar Group Companies* mudah didapatkan melalui artikel pencarian di Google.

e. *Speeches*

Tabel 27
PT. *Sugar Group Companies* Memberikan Jawaban Kepada Konsumen

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	15	17.6%
2.	Setuju	64	75.3%
3.	Tidak Setuju	5	5.9%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.2%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan total populasi 85 responden didapatkan hasil, 15 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 17.6%, 64 orang setuju dengan persentase 75.3%, 5 orang tidak setuju dengan persentase 5.9%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.2%. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju bahwa PT. *Sugar Group Companies* memberikan jawaban atas setiap pertanyaan dari para konsumen, dengan hasil 64 orang

menjawab setuju dengan besar persentase 75.3%. Dan hanya 1 orang yang tidak setuju bahwa PT. *Sugar Group Companies* memberikan jawaban kepada para konsumen terkait produk perusahaan.

Tabel 28
Mudah Mendapatkan Jawaban Terkait
Kendala dan Informasi Produk Gulaku

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	25	29.4%
2.	Setuju	56	65.9%
3.	Tidak Setuju	4	4.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, terdapat 25 orang menjawab sangat setuju dengan persentase sebesar 29.4%, 56 orang setuju dengan persentase sebesar 65.9%, 4 orang tidak setuju dengan persentase sebesar 4.7%, dan 0 orang sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Dapat disimpulkan bahwa jawaban terkait informasi dan kendala dari produk Gulaku sangat mudah didapatkan.

f. Public Service & Activities

Tabel 29
PT. *Sugar Group Companies* Membantu Dalam
Bidang Pendidikan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	18	21.2%
2.	Setuju	59	69.4%
3.	Tidak Setuju	8	9.4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah responden 85, didapatkan jawaban 18 orang sangat setuju dengan persentase 21.2%, 59 orang setuju dengan persentase 69.4%, 8 orang tidak setuju dengan persentase 9.4%, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Dapat kita simpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju dengan besaran persentase 69.4% dengan total 59 orang responden.

Tabel 30
PT. Sugar Group Companies Melakukan Kerjasama Dengan Lembaga Pendidikan di Indonesia

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	11	12.9%
2.	Setuju	66	77.6%
3.	Tidak Setuju	6	7.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2.4%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel penelitian di atas dengan jumlah 85 responden, didapatkan data bahwa 11 orang menjawab sangat setuju dengan besaran persentase 12.9%, 66 orang setuju dengan besaran persentase 77.6%, 6 orang tidak setuju dengan persentase sebesar 7.1%, dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data tersebut didominasi dengan 67 responden menjawab setuju bahwa PT. *Sugar Group Companies* telah melakukan kerjasama dengan lembaga pendidikan di Indonesia.

Tabel 31
PT. Sugar Group Companies Mempunyai Program Kegiatan Sosial

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	15	17.6%
2.	Setuju	66	77.6%

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
3.	Tidak Setuju	4	4.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden didapatkan hasil 15 orang menjawab setuju dengan persentase 17.6%, 66 orang menjawab setuju dengan persentase 77.6%, 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4.7%. Dari data tersebut 66 orang responden setuju bahwa PT. *Sugar Group Companies* mempunyai program kegiatan sosial yang membantu masyarakat.

Tabel 32
PT. *Sugar Group Companies* Mempunyai
Program “Lestarikan Kue Tradisional
Bersama Gulaku”

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	28	32.9%
2.	Setuju	54	63.5%
3.	Tidak Setuju	3	3.5%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, didapatkan data 28 orang sangat setuju dengan persentase sebesar 32.9%, 54 orang setuju dengan persentase sebesar 63.5%, 3 orang tidak setuju dengan persentase 3.5%, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Rata-rata responden menjawab setuju bahwa PT. *Sugar Group Companies* mempunyai program kampanye “Lestarikan Kue Tradisional Bersama Gulaku”

g. *Identity Media*

Tabel 33
Logo Produk Gulaku Mudah Dikenal

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	65	76.5%
2.	Setuju	16	18.8%
3.	Tidak Setuju	1	1.2%
4.	Sangat Tidak Setuju	3	3.5%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari data tabel di atas dengan jumlah 85 orang responden, di dapatkan 65 orang menjawab sangat setuju dengan persentase sebesar 76.5%, 16 orang menjawab setuju dengan persentase sebesar 18.8%, 1 orang tidak setuju dengan persentase sebesar 1.2%, dan 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3.5%. Dari data tersebut rata-rata responden menjawab sangat setuju bahwa logo dari produk Gulaku mudah dikenali.

Tabel 34
Tagline Produk Gulaku Mudah Diingat

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	45	52.9%
2.	Setuju	35	41.2%
3.	Tidak Setuju	3	3.5%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2.4%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah responden sebanyak 85 orang, didapatkan hasil 45 orang menjawab sangat setuju dengan persentase sebesar 52.9%, 35 orang menjawab setuju dengan persentase sebesar 41.2%. 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.5%, dan 2 orang menjawab sangat

tidak setuju dengan persentase sebesar 2.4%. Dari data tersebut didominasi dengan 45 responden menjawab sangat setuju bahwa *tagline* produk Gulaku mudah untuk diingat.

3. Pernyataan Variabel Y (Reputasi)

Pada variabel Y (Reputasi) diukur melalui empat dimensi utama. Dimensi pertama adalah *Credibility* (nilai-nilai kepercayaan). Dimensi kedua adalah *Trustworthiness* (penampilan sifat-sifat yang terpercaya), *Reability* (berkomunikasi dan memberikan pelayanan yang sesuai), dimensi terakhir adalah *Social Responsibility* (kepedulian dan tanggung jawab sosial), dimensi tersebut diukur dengan menggunakan sepuluh item pernyataan yang dirancang untuk mencerminkan masing-masing aspek dari reputasi. Partisipasi dalam penelitian ini melibatkan delapan puluh lima (85) responden. Hasil penilaian yang diperoleh dari delapan puluh lima (85) responden dianalisis untuk mengukur reputasi dalam dimensi yang telah disebutkan di atas sebagai berikut:

a. *Credibility*

Tabel 35
Mengetahui proses dan kinerja pabrik PT. Sugar Group Companies

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	66	77.6%
2.	Setuju	18	21.2%
3.	Tidak Setuju	1	1.2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel data di atas dengan jumlah 85 responden, didapatkan data 66 orang sangat setuju dengan persentase sebesar 77.6%, 18 orang setuju dengan persentase sebesar 21.2%, 1 orang tidak setuju dengan persentase sebesar 1.2%, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Dari data tersebut didominasi rata-rata responden menjawab sangat setuju.

Tabel 36
Sering mendapatkan informasi terkait PT. *Sugar*
Group Companies

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	39	45.9%
2.	Setuju	41	48.2%
3.	Tidak Setuju	3	3.5%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2.4%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, 39 orang menjawab sangat setuju dengan persentase sebesar 45.9%, 41 orang menjawab setuju dengan persentase sebesar 48.2%. 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.5%. dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2.4%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa 41 responden setuju sering mendapatkan informasi terkait PT. *Sugar Group Companies*.

Tabel 37
Kuallitas produk PT. *Sugar Group Companies* sangat
baik

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	26	30.6%
2.	Setuju	53	62.4%
3.	Tidak Setuju	6	7.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan total 85 responden didapatkan 26 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 30.6%, 53 orang menjawab setuju dengan persentase sebesar 62.4%, 6 orang menjawab tidak setuju dengan persentase sebesar 7.1%, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%.

Tabel 38
Pelayanan Karyawan PT. *Sugar Group Companies*
terhadap masyarakat sangat baik

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	51	60%
2.	Setuju	33	38.8%
3.	Tidak Setuju	1	1.2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, 51 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 60%, 33 orang menjawab setuju dengan persentase 38.8%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.2%, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden menunjukkan penerimaan yang positif terhadap pernyataan mengenai pelayanan yang baik dari PT. *Sugar Group Companies* terhadap masyarakat.

b. *Trustworthiness*

Tabel 39
PT. *Sugar Group Companies* selalu menyampaikan
informasi dengan jujur

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	24	28.2%
2.	Setuju	53	62.4%
3.	Tidak Setuju	4	4.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	4	4.7%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, 24 orang sangat setuju dengan persentase 28.2%, 53 orang setuju dengan persentase 62.4%, 4 orang tidak setuju dengan persentase 4.7%,

dan 4 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 4.7%. Pernyataan ini di dominasi dengan 53 orang menjawab setuju bahwa PT. *Sugar Group Companies* selalu menyampaikan informasi dengan jujur kepada masyarakat.

Tabel 40
PT. *Sugar Group Companies* tidak pernah membohongi terkait kualitas produk

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	31	36.5%
2.	Setuju	36	42.4%
3.	Tidak Setuju	15	17.6%
4.	Sangat Tidak Setuju	3	3.5%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36.5%, 36 orang menjawab setuju dengan persentase 43.4%, 15 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 17.6%, dan 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3.5%. Rata-rata responden dengan total 36 orang menjawab setuju bahwa PT. *Sugar Group Companies* tidak pernah berbohong terkait kualitas produk.

c. *Reability*

Tabel 41
PT. *Sugar Group Companies* konsisten dalam memberikan informasi kepada masyarakat

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	11	12.9%
2.	Setuju	61	71.8%
3.	Tidak Setuju	8	9.4%
4.	Sangat Tidak Setuju	5	5.9%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari data tabel di atas dengan jumlah 85 responden, di dapatkan data 11 orang sangat setuju dengan persentase 12.9%, 61 orang setuju dengan persentase 71.8%, 8 orang tidak setuju dengan persentase 9.4%, dan 5 orang sangat tidak setuju dengan persentase 5.9%. Dari data tersebut rata-rata 61 orang responden setuju bahwa PT. *Sugar Group Companies* konsisten dalam memberikan informasi terkait perusahaan kepada masyarakat, dan hanya 5 orang sangat tidak setuju.

Tabel 42
PT. *Sugar Group Companies* selalu konsisten dalam memberikan bantuan kepada masyarakat

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	27	31.8%
2.	Setuju	40	47.1%
3.	Tidak Setuju	13	15.3%
4.	Sangat Tidak Setuju	5	5.9%
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, 27 orang sangat setuju dengan persentase sebesar 31.8%, 40 orang setuju dengan persentase 47.1%. 13 orang tidak setuju dengan persentase 15.3%, dan 5 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 5.9%.

d. *Social Responsibility*

Tabel 43
PT. *Sugar Group Companies* berkontribusi kepada warga

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	53	62.4%
2.	Setuju	27	31.8%
3.	Tidak Setuju	5	5.9%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel di atas dengan jumlah 85 responden, 53 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 62.4%, 27 orang menjawab setuju dengan persentase 31.8%, 5 orang tidak setuju dengan persentase 5.9%, dan 0 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Dari tabel data tersebut mayoritas menyatakan sangat setuju dengan perolehan 53 orang.

Tabel 44
Merasa terbantu dengan program-program yang telah dibuat PT. *Sugar Group Companies*

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Setuju	34	40%
2.	Setuju	46	54.1%
3.	Tidak Setuju	4	4.7%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.2
Jumlah		85	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Agustus 2023

Dari tabel data di atas dengan jumlah responden 85 orang, didapatkan data 34 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 40%, 46 orang menjawab setuju dengan persentase 54.1%, 4 orang tidak setuju dengan persentase 4.7%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.2%. Dari data tersebut mayoritas responden menjawab setuju bahwa mereka merasa terbantu dengan program-program yang telah dibuat oleh PT. *Sugar Group Companies*.

4. Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengemabangan dari indikator atau komponen pendukung dari variabel X yakni *Marketing Public Relaitons* PT. *Sugar Group Companies*:

Tabel 45
Rekapitulasi Variabel X

No	Pernyataan	Mean
1.	X1	3.48
2.	X2	3.48
3.	X3	3.35
4.	X4	3.33
5.	X5	2.47
6.	X6	2.76
7.	X7	3.52
8.	X8	3.20
9.	X9	2.87
10.	X10	3.41
11.	X11	2.96
12.	X12	3.46
13.	X13	3.08
14.	X14	3.51
15.	X15	3.09
16.	X16	3.25
17.	X17	3.12
18.	X18	3.01
19.	X19	3.13
20.	X20	3.29
21.	X21	3.68
22.	X22	3.45
Jumlah		70.92
Rata-rata		3.22

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel *Marketing Public Relations* tergolong tinggi (Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata dari keseluruhan jawaban

responden pada variabel *Marketing Public Relations* (X) sebesar 3,22. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan X21 yang memperoleh nilai sebesar 3,68. Sedangkan X5 menjadi pernyataan yang memperoleh nilai paling kecil yaitu 2,47.

Berikut adalah rekapitulasi hasil dari pengembangan indikator atau komponen pendukung dari variabel Y yaitu Reputasi berdasarkan tabel berikut:

Tabel 46
Rekapitulasi Variabel Y

No	Pernyataan	Mean
1.	Y1	3.76
2.	Y2	3.38
3.	Y3	3.24
4.	Y4	3.59
5.	Y5	3.14
6.	Y6	3.12
7.	Y7	2.92
8.	Y8	3.05
9.	Y9	3.56
10.	Y10	3.33
Jumlah		33.08
Rata-rata		3.3

Dari rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel Reputasi tergolong tinggi (setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 3,3. Dari tabel di atas juga dapat dilihat Y1 memperoleh nilai paling tinggi dengan mean 3.76, sedangkan Y7 menjadi pernyataan dengan nilai paling rendah dengan mean 2,92.

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan guna memperoleh gambaran

pengaruh antara variabel *independent* (X) yaitu *Marketing Public Relations* terhadap variabel dependen (Y) yaitu Reputasi. Berikut adalah data hasil dari pengolahan SPSS (*Statistic Package for Social Science*) 23.0 for windows:

Tabel 47
ModelSummary

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std.Error of the Estimate
1	.539 ^a	.290	.281	2.860

a. Predictors: (Constant), *Marketing Public Relations*

Sumber: Hasil SPSS Versi 27

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel *Independent* (X) dengan satu variabel *Dependent* (Y). R disebut sebagai koefisien dari korelasi antara variabel Pengaruh Kegiatan *Marketing Public* Terhadap Reputasi *Relations* PT. *Sugar Group Companeis* dengan nilai R sebesar 0.539 yaitu diantara 0,400 – 0,599 artinya hubungan atau korelasi antara variabel *Marketing Public Relations* PT. *Sugar Group Companies* berpengaruh cukup atau sedang. Hal ini dapat dilihat dari:

Tabel 48
Kriteria Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sedangkan *r square* disebut sebagai koefisien determiniasi, dapat dijelaskan bahwa nilai *R square* menunjukkan angka 0,290. Angka tersebut dapat diartikan bahwa reputasi yang disebabkan oleh pengaruh

kegiatan *Marketing Public Relations* PT. *Sugar Group Companies* sebesar 29%, sementara 71% dipengaruhi faktor lain diluar variabel penelitian.

Selanjutnya yaitu analisis uji regresi sederhana yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 27 untuk *windows* yang bertujuan untuk memperoleh gambaran penuh antara variabel X yaitu *Marketing Public Relations* terhadap variabel Y yaitu terkait dengan Reputasi. Berikut adalah hasil tabel ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara X dan Y, sebagai berikut:

Tabel 49
ANOVA

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
1. Regression	277.414	1	277.414	33.910	.001 ^b
Residual	679.010	83	8.181		
Total	956.424	84			

a. *Dependent* Variabel: Reputasi

b. *Predictors*: (Constant), *Marketing Public Reations*

Sumber: Hasil SPSS Versi 27

Bedasarkan tabel di atas yang telah dihitung menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 27 untuk *windows*, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 33.910 dengan nilai signifikan 0,001 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu $< 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variable Kegiatan *Marketing Public* berpengaruh terhadap Reputasi PT. *Sugar Group Companies*.

Maka dari itu, untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $< 0,10$ karena angka probabilitas (sig) $0,00 < 0,10$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi seberapa berpengaruh Kegiatan *Marketing Public Relaitons* Terhadap Reputasi PT. *Sugar*

Group Companies .

Untuk mengetahui persamaan regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linear peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 27 *windows* untuk memperkuat hasil dari penelitian, dengan rumus regresi linear sederhana yaitu $Y = a + bX$, sebagaimana dapat dilihat pada analisis sebagai berikut:

Tabel 50
Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	14.774	3.159		4.676	.001
2. <i>Marketing Public Relations</i>	.258	0.44	.539	5.823	.001

a. *Dependent Variabel: Marketing Public Relations*

Sumber: Hasil SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi, sebagai berikut:

Rumus Regresi Linear:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 14,774 + 0,304$$

Dimana:

Y = Loylitas Pelanggan

X = *Marketing Public Relations*

a = nilai konstan dari *Unstandardzed Coefficients*. Dalam penelitian ini niainya sebesar 14,774

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,258
Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai X = 0 maka Y = 14,774 dan jika X = 1 maka Y = 15.078. Artinya setiap peningkatan Kegiatan

Marketing Public Relations sebesar 1, akan meningkatkan Reputasi PT. *Sugar Group Companies* 15,078.

6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait Kegiatan *Marketing Public Relations* (X) terhadap Reputasi PT. *Sugar Group Companies* (Y) untuk melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah Sampel

Maka dengan demikian:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui:

$$n = 85$$

$$r = 0.258$$

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0.258\sqrt{85-2}}{\sqrt{1-0.258^2}}$$

$$t = \frac{0.258\sqrt{85-2}}{\sqrt{1-0.06}}$$

$$t = \frac{0.258\sqrt{(83)}}{\sqrt{1-0.06}}$$

$$t = \frac{0.258 \times 9}{\sqrt{(0.94)}}$$

$$t = \frac{2.322}{0.969}$$

$$t = 2.396$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai t_{hitung} yaitu 2.396 sedangkan untuk nilai t_{tabel} dengan taraf kepercayaan 90% atau signifikansi 10% ($\alpha = 0,10$ atau 0,1) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 85, maka derajat bebas (df) $n - k = 85 - 2 = 83$. Dengan derajat kebebasan sebesar 83 dan signifikasinya 10% adalah 1,66088 kemudian dibulatkan menjadi 1,661. Karena nilai t_{hitung} (2.396) > t_{tabel} (1.611), maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara Kegiatan *Marketing Public Relations* terhadap Reputasi PT. *Sugar Group Companies*.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua variabel, *Marketing Public Relations* (X) dan Reputasi (Y). Penelitian ini melibatkan 85 responden yang merupakan warga kelurahan Seputih Mataram RT2/RW1 yang berlokasi disekitar pabrik PT. *Sugar Group Companies*, dapat diketahui bahwa seluruh responden sebanyak 85 dengan persentase 24.7% berjenis kelamin pria, dan 75.3% berjenis kelamin wanita (tabel 11).

1. Kegiatan Marketing Public Relations PT. Sugar Group Companies Pada Warga Kelurahan Seputih Mataram RT2/RW1

Berdasarkan teori yang telah digunakan dan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa Pengaruh dari Kegiatan *Marketing Public Relations* terdapat 5 (lima) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X di kuesioner pada penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi *Publication, Events, Sponsorship, News, Speeches, Public Service & Activities, Identity Media* tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata responden pada variabel *Marketing Public Relations* (X) sebesar 3.22 (tabel 48).

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) *Marketing Public Relations* pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X21 dengan pernyataan “Logo produk Gulaku mudah dikenal (tabel 34)”, karena dengan identitas yang baik dan penampilan yang menarik serta mudah untuk diingat dapat membuat konsumen percaya serta mempertahankan loyalitas mereka terhadap produk dari perusahaan tersebut.

2. Reputasi PT. *Sugar Group Companies*

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur reputasi sebuah perusahaan memiliki empat (4) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel Y di kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi dari reputasi antara lain, *credibility*, *trustworthiness*, *reability*, dan *social responsibility* tergolong tinggi dengan nilai rata-rata jawaban responden pada hasil kuesioner variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 3.3 (tabel 49).

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) Loyalitas pelanggan pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y4 dengan pernyataan “Saya merasa pelayanan dari karyawan PT. Sugar Group Companies terhadap masyarakat sangat baik” (tabel 39).

3. Pengaruh Kegiatan Marketing Public Relations Terhadap Reputasi PT. *Sugar Group Companies*

Pernyataan pada variabel *Marketing Public Relations* (X) dan variabel Reputasi (Y) pada penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau dapat dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji reabilitas pada variabel *Marketing Public Relations* (X) dan variabel Reputasi (Y) menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta pada tingkat reabilitas > 0.400 s.d 0.599 (tabel 51) maka kuesioner variabel X sangat reliabel begitu juga variabel Y yang juga sangat reliabel. Untuk membuktikan adanya pengaruh maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan

hipotesis diterima adalah nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga mendapat hasil bahwa adanya pengaruh Kegiatan *Marketing Public Relations* terhadap Reputasi PT. *Sugar Group Companies*.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi antara Kegiatan *Marketing Public Relations* terhadap Reputasi PT. *Sugar Group Companies* sebesar 0,539 yaitu diantara 0,400 – 0,599 yang berarti cukup atau sedang.

R *square* yaitu 0,290 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh Variabel X, dalam penelitian ini reputasi dipengaruhi sebesar 29% sementara sisanya 71% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari variabel penelitian. Hal ini membuktikan bahwa warga dari kelurahan Seputih Mataram RT2/RW1 merasa Kegiatan *Marketing Public Relations* mempengaruhi Reputasi dari PT. *Sugar Group Companie*.