

## ABSTRAKSI

Muhammad Robi Setiawan, Nomor Induk Mahasiswa 152130075, Program Studi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian: **Analisis Pengaruh Kepribadian (*Personality*), Reputasi (*Reputation*), Nilai (*Value*), Dan Identitas Perusahaan (*Corporate Identity*) Terhadap Citra Perusahaan**” (Studi pada pelanggan Jasa Kurir Kantor Pos Yogyakarta), 2018. Dosen pembimbing I, Saaptika Kancana, SS, MSi. Dosen pembimbing II Suratna, M.AB.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kepribadian (*Personality*), Reputasi (*Reputation*), Nilai (*Value*), Dan Identitas Perusahaan (*Corporate Identity*) Terhadap Citra Perusahaan (Studi pada pelanggan Jasa Kurir Kantor Pos Yogyakarta).

Tipe Penelitian ini asosiatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, dengan memberikan seperangkat pernyataan melalui kuesioner kepada Pelanggan Jasa Kurir Kantor Pos. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability Sampling*. Teknik menentukan sampel menggunakan *systematic random sampling* untuk populasi yang tidak terbatas. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa kurir Kantor Pos Pusat Yogyakarta yang lebih tepatnya beralamat di Jl. P.Senopati No. 2, Kel. Gondomanan, Kec.Gondomanan, Prawirodirjan, Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55122. Ukuran sampel sebesar 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial dengan menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Berganda.

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu Kepribadian, Reputasi, Nilai, dan Identitas Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan pada pelanggan Jasa Kurir Kantor PT. Pos Indonesia Yogyakarta. Secara parsial Kepribadian, Nilai, dan Identitas Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan pada pelanggan Jasa Kurir Kantor PT. Pos Indonesia Yogyakarta. Reputasi secara parsial memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Citra Perusahaan pada pelanggan Jasa Kurir Kantor PT. Pos Indonesia Yogyakarta.

Saran dalam penelitian ini adalah perusahaan harus tetap mempertahankan dan mengembangkan inovasi terkait dalam penilai citra perusahaan itu sendiri karena keempat variabel X secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Selanjutnya perusahaan meningkatkan Reputasi Pos Indonesia dengan cara Pos Indonesia harus lebih bisa melaksanakan kegiatan-kegiatan sosial yang lebih bermanfaat bagi lingkungan sekitar. Selain itu, perusahaan Pos Indonesia harus memperluas kegiatan-kegiatan sosialnya agar pelanggan atau calon pelanggan jasa kurir Pos Indonesia lebih merasakan manfaat dari kegiatan sosial yang dilakukan Pos Indonesia dan dapat meyakini keberadaan Pos Indonesia. Untuk penelitian berikutnya, sebaiknya menggunakan ukuran sampel yang lebih besar dengan kriteria

yang lebih luas mencakup semua elemen populasi sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Selain itu juga dapat dilakukan dengan melakukan pengembangan terhadap model ini dengan menambahkan variabel lain yang belum digunakan pada model penelitian ini.

**Kata Kunci: Kepribadian, Reputasi, Nilai, Identitas Perusahaan, dan Citra Perusahaan.**