



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI *PUBLIC REALTIONS***

Devita Poecha Anggraeni

44212110056

Implementasi Fungsi *Public Relations* Dalam Membangun Kesetiaan Nasabah Pada Bank Index Periode 2013 - 2014

Jumlah Halaman : i + 96 halaman + 19 Lampiran

Bibliografi : 52 Acuan, Tahun 1991 - 2013

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman tersebut, dunia perekonomian Indonesia mulai berkembang dengan pesat, persaingan dibidang bisnis pun semakin ketat. Setiap tahunnya pertambahan pelaku bisnis semakin meningkat. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa ialah perbankan, setiap bank memikirkan bagaimana caranya agar usaha dalam bisnis dapat memperoleh keuntungan yang meningkat dengan cara menambah pelanggan yang baru dan mempertahankan pelanggan yang lama. Salah satunya ialah Bank Index, yang memikirkan bagaimana cara agar bisa lebih unggul dimata *stakeholders* dan masyarakat maka digunakan hubungan dengan pelanggan yaitu dengan melayani segala kebutuhan pelanggan agar tercukupi.

Penelitian yang dilakukan untuk untuk mengetahui serta mendeskripsikan, menguraikan, menggambarkan Implementasi Fungsi *Public Relations* Dalam Membangun Kesetiaan Nasabah pada Bank Index Periode 2013 - 2014. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian paradigma konstruktivisme. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai bagaimana Implementasi Fungsi *Public Relations* Dalam Membangun Kesetiaan Nasabah Pada Bank Index Periode 2013 – 2014. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Pengimplementasi program *Customer Gathering* dalam membangun kesetiaan nasabah dilakukan Bank Index dengan cara membangun kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan keluhan. Dengan faktor – faktor tersebut tentunya akan memudahkan Bank Index selaku pelaku bisnis untuk mengimplementasi *Customer Gathering* yang dilakukan sebagai *treatment* untuk nasabah.

Keywords : Implementasi Fungsi *Public Relations*
Loyalitas nasabah