



**PENGARUH PROGRAM FLEXI "ngROOMpi"
PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk (DIVISI TELKOM
FLEXI) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI
PERUMNAS III TANGERANG
(periode 2009 – 2011)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh :

Yulia Nur Intani

44206010039

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PROGRAM FLEXI "ngROOMpi" PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk (DIVISI TELKOM FLEXI) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI PERUMNAS III TANGERANG (periode 2009 – 2011)**

Nama : **Yulia Nur Intani**

NIM : **44206010039**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Jurusan : **Public Relations**

Jakarta, Agustus 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si.)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

**Judul : PENGARUH PROGRAM FLEXI "ngROOMpi" PT
TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk (DIVISI
TELKOM FLEXI) TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI PERUMNAS III TANGERANG (periode
2009 – 2011)**

Nama : Yulia Nur Intani

NIM : 44206010039

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Public Relations

Jakarta, Oktober 2010

1. Ketua Sidang

Abdul Rahman, M.M, M.Si (.....)

2. Penguji Ahli

Ida Anggraeni Ananda, S.S, M.Si. (.....)

3. Pembimbing

Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si. (.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKKAN SKRIPSI

**Judul : PENGARUH PROGRAM FLEXI "ngROOMpi" PT
TELEKOMUNIKASI INDONESIA, Tbk (DIVISI
TELKOM FLEXI) TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI PERUMNAS III TANGERANG
(periode 2009 – 2011)**

Nama : Yulia Nur Intani

NIM : 44206010039

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Public Relations

Jakarta, Oktober 2010

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing

(Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si.)

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

Public Relations

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat sehat, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Program Flexi “ngROOMpi” PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Divisi Telkom Flexi) terhadap Loyalitas Konsumen di Perumnas III Tangerang (periode 2009 – 2011).

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) Jurusan Hubungan Masyarakat.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bantuan yang besar baik dalam bentuk pelajaran, bimbingan, serta dorongan semangat dari berbagai pihak.

Untuk itu, perkenankanlah peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Juwono Tri Atmodjo, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing peneliti. Terima kasih atas segala masukan dan motivasi yang sangat berharga selama ini.
2. Ibu Dra. Hj. Diah Wardhani, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ketua Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta..
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta atas bimbingan dan pengetahuan yang telah diberikan kepada peneliti.

4. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Seluruh Staf Public Relations dan Customer Relations di Divisi Telkom Flexi yang telah memberikan banyak informasi yang berharga kepada peneliti.
6. Mba' Tasya selaku sekretaris wakil EGM Divisi Telkom Flexi yang telah memberikan informasi kepada peneliti selama melakukan penelitian di sana
7. Anti dan Novita yang selalu menemani peneliti saat melakukan penelitian di DTF, terimakasih atas pertemanannya yang sangat singkat.
8. Kedua orang tuaku yang selalu mendoakan aku di setiap shalatnya, yang berperan besar dalam kehidupan aku, selalu sabar menghadapi dan tidak banyak menuntut aku, terima kasih atas pengertiannya selama ini dan aku tidak akan pernah bisa membalas kebaikan engkau berdua.
9. Kakakku yang selalu memberikan kesempatan untuk menggunakan komputernya bila aku ingin mengerjakan skripsi.
10. Teman-teman Public Relations angkatan 2006 khususnya Indri, Litha, Eyki, Gati, Mely, Lidya, Vivi, Hansen Andrea dan yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih untuk bantuan dan motivasinya kepada peneliti.
11. Ramdan yang selalu mendengarkan keluh kesah aku, yang selalu menjadi sasaran bila aku sedang bete, yang selalu nganterin aku kemana aja. Terimakasih atas support dan dampingannya selama ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan penuh.

Dalam penulisan ini, peneliti sadar bahwa masih ada kekurangan dan kesalahan di dalamnya, untuk itu izinkanlah peneliti untuk memohon maaf. Harapan peneliti, agar skripsi ini dapat berguna bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Program Studi Public Relations, serta organisasi yang terkait.

Wasallam..

Jakarta, September 2010

Ttd

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Signifikansi Penelitian	12
1.4.1 Signifikansi Akademis	12
1.4.2 Signifikansi Praktis	13

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi	14
2.1.1 Pengertian Komunikasi	14
2.1.2 Peran dan Fungsi Komunikasi.....	16
2.2 Public Relations.....	18
2.2.1 Pengertian Public Relations.....	18
2.2.2 Tugas dan Peran Public Relations	21
2.3 Customer Relations	26
2.3.1 Pengertian Customer Relations.....	26
2.3.2 Manfaat dan Tujuan Customer Relations	39
2.3.3 Program Flexi “ngROOMpi”	44
2.4 Loyalitas.....	47
2.5 Konsumen	55
2.6 Hipotesis	61

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	63
3.2 Metode Penelitian	63
3.3 Populasi dan Sampel.....	64
3.3.1 Populasi	64
3.3.2 Sampel.....	65
3.4 Teknik Penarikan Sampel	66
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Konsep	67
3.5.1 Definisi Konsep	67
3.5.2 Operasionalisasi Konsep	68
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	69

3.6.1 Data Primer.....	69
3.6.2 Data Sekunder.....	70
3.7 Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	70
3.7.1 Validitas	70
3.7.2 Reliabilitas.....	72
3.8 Pengolahan dan Analisa Data.....	74
3.9 Uji Hipotesis.....	77
3.9.1 Hipotesis Penelitian	77
3.9.2 Hipotesis Statistik	77

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	78
4.1.1 Sejarah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	78
4.1.2 Sejarah Divisi Telkom Flexi	81
4.1.3 Visi, Misi dan Tujuan Divisi Telkom Flexi.....	82
4.1.4 Telkom Flexi.....	83
4.2 Hasil Penelitian	85
4.2.1 Data Responden.....	85
4.2.2 Program Flexi “ngROOMpi”	92
4.2.3 Loyalitas Konsumen.....	111
4.2.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	122
4.2.5 Hasil Regresi Linear Sederhana.....	125
4.2.6 Uji Signifikansi (F hitung).....	126
4.3 Pembahasan.....	129

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	136
5.2 Saran	137
5.2.1 Saran Akademis	137
5.2.2 Saran Praktis.....	138

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.	Jenis Kelamin.....	85
2.	Pendidikan/Pekerjaan.....	86
3.	Usia.....	87
4.	Berapa Lama Telah Menjadi Pengguna Flexi.....	88
5.	Dari Media Mana Anda Mengetahui Program flexi "ngROOMpi".....	89
6.	Cara-cara yang Digunakan untuk Mendukung Program Flexi "ngROOMpi" yang Pernah Diikuti.....	90
7.	Menggunakan Produk Lain Dari Flexi Selain Flexi Pra Bayar.....	91
8.	Mengetahui Tentang Adanya Program Flexi "ngROOMpi".....	93
9.	Tema Program Flexi "ngROOMpi".....	94
10.	Cara Penyampaian Isi Pesan.....	95
11.	Isi Pesan Sesuai Dengan Tema Flexi "ngROOMpi".....	96
12.	Isi Pesan yang Disampaikan.....	99
13.	Program Flexi "ngROOMpi" Berbeda Dengan provider Lain.....	98
14.	Jenis-jenis Program Flexi "ngROOMpi".....	99
15.	Pesan yang disampaikan pada Khalayak.....	100
16.	Saya Sering Membaca Pesan Program Flexi "ngROOMpi".....	101
17.	Media yang Digunakan Untuk Menyampaian Pesan.....	102
18.	Menurut Pendapat Saya Program Flexi "ngROOMpi" Sudah Tepat Sasaran.....	103
19.	Program Flexi "ngROOMpi" Memahami Kebutuhan Khalayak.....	104
20.	Telkom Flexi Tepat dalam Melakukan Program Flexi "ngROOMpi".....	105
21.	Saya Ikut Terlibat dalam Program Layanan Flexi "ngROOMpi".....	106

22.	Isi Pesan Program Flexi "ngROOMpi" mudah dipahami.....	107
23.	Pendapat Tentang Flexi.....	108
24.	Saya Ingin Menyampaikan Flexi Kepada Orang Lain.....	109
25.	Saya Ingin Mengajak Orang Lain Untuk menggunakan Produk Telkom Flexi.....	110
26.	Tetap Percaya pada Telkom Flexi.....	111
27.	Melakukan Pengisian Pulsa Secara Berkesinambungan.....	112
28.	Mudah Dalam Melakukan Aktivasi Program Flexi "ngROOMpi"	113
29.	Saya Sering Melakukan Aktivasi Program Flexi "ngROOMPI"	114
30.	Mengikuti Program Lain dari Flexi Selain Program Flexi "ngROOMpi"	115
31.	Saya Sering Menginformasikan Flexi dan Program Flexi "ngROOMpi" Kepada Orang Lain.....	116
32.	Saya Sering Merekomendasikan Flexi dan Program Flexi "ngROOMpi" Kepada Orang Lain.....	117
33.	Sering Mengajak Orang Lain Untuk Menggunakan Layanan Flexi "ngROOMpi"	118
34.	Mengajak Orang Lain untuk Mengaktivasi Layanan Flexi "ngROOMpi"	119
35.	Tidak Tertarik dengan Tawaran Produk dari Pesaing.....	120
36.	Keinginan Tetap Menggunakan Flexi Jika Program Flexi "ngROOMpi" Sudah Berakhir.....	121
37.	Secara Keseluruhan Program Flexi "ngROOMpi" Telah Meningkatkan Loyalitas.....	122
38.	Hasil Perhitungan Validitas.....	123
39.	Hasil Perhitungan Reliabilitas.....	124
40.	Hasil Perhitungan Regresi Linear Sederhana.....	125
41.	ANOVA.....	126

DAFTAR GAMBAR

1.	Grafik Scatterplot	128
----	---------------------------------	-----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian
2. Surat Keterangan Penelitian
3. Kuesioner
4. Pedoman Wawancara
5. Transkrip Wawancara
6. Coding Sheet Data Responden dan Open Question
7. Coding Sheet Jawaban Responden
8. Output Validitas
9. Tabel r
10. Tabel F
11. Struktur Organisasi
12. Kliping Flexi “ngROOMpi”
13. Daftar Riwayat Hidup