



**PENGARUH IKLAN HADIAH, PROMOSI E BANKING DAN
PROMOSI BIAYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Survei Pada Pembukaan Ulang Rekening Tabungan di Bank
Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja)**

TESIS

RA AMANDA TRISNIAWATI GONDOKUSUMO

55212120034

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



**PENGARUH IKLAN HADIAH, PROMOSI E BANKING DAN
PROMOSI BIAYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Survei Pada Pembukaan Ulang Rekening Tabungan di Bank
Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

RA AMANDA TRISNIAWATI GONDOKUSUMO

55212120034

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2016

iv

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : R.A. Amanda Trisniawati Gondokusumo
2. NIM : 55212120034
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Marketing and Corporate Communication
6. Judul : Pengaruh Iklan Hadiah, Promosi E Banking dan Promosi Biaya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pembukaan Ulang Rekening Tabungan di Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juni 2016

Pembimbing



Dr. Henni Gusfa, M. Si

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Pengaruh Iklan Hadiah, Promosi E Banking dan Promosi Biaya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pembukaan Ulang Rekening Tabungan di Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja)
2. Nama : R.A. Amanda Trisniawati Gondokusumo
3. NIM : 55212120034
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing and Corporate Communication
7. Tanggal : 1 Juli 2016

Jakarta, 1 Juli 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Dr. Nur Kholisoh, M.Si
2. Penguji Ahli
Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si
3. Ketua Sidang
Dr. Henni Gusfa, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Pengaruh Iklan Hadiah, Promosi E Banking dan Promosi Biaya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pembukaan Ulang Rekening Tabungan di Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja)
2. Nama : R.A. Amanda Trisniawati Gondokusumo
3. NIM : 55212120034
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing and Corporate Communication
7. Tanggal : 14 Juli 2016

Jakarta, 14 Juli 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Dr. Nur Kholisoh, M.Si
2. Penguji Ahli
Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si
3. Ketua Sidang
Dr. Henni Gusfa, M.Si

()
()
()

vii

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Iklan Hadiah, Promosi E Banking dan Promosi Biaya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pembukaan Ulang Rekening Tabungan di Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja)

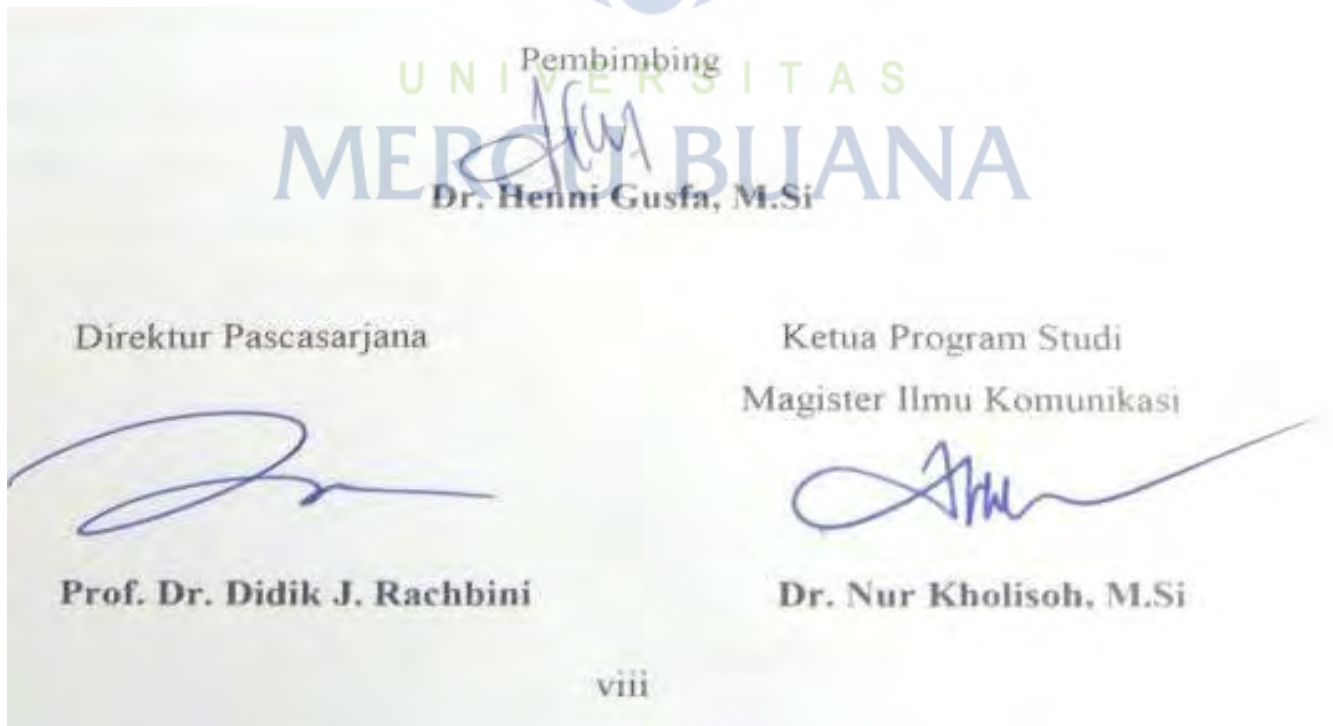
Bentuk Karya Akhir : Penelitian

Nama : R.A. Amanda Trisniawati Gondokusumo

NIM : 55212120034

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 14 Juli 2016



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Pengaruh Iklan Hadiah, Promosi E Banking dan Promosi Biaya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pembukaan Ulang Rekening Tabungan di Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : R.A. Amanda Trisniawati Gondokusumo

NIM : 55212120034

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 14 Juli 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang ditetapkan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 14 Juli 2016



R.A. Amanda Trisniawati Gondokusumo

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada peneliti, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul Pengaruh Iklan Hadiah, Promosi E Banking dan Promosi Biaya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pembukaan Ulang Rekening Tabungan Di Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang Pengaruh Iklan Hadiah, Promosi E Banking dan Promosi Biaya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pembukaan Ulang Rekening Tabungan di Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja) dengan populasi sebagai obyek penelitiannya adalah nasabah Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terimakasih kepada Dr. Henni Gusfa, M. Si. sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti selama penyusunan tesis ini dari awal hingga tesis ini dapat diselesaikan. Peneliti juga berterima kasih kepada Dr. Nur Kholisoh, M. Si. selaku Penguji pada Seminar Proposal dan Sidang Tesis, Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si selaku Penguji pada Sidang Tesis, Prof. Dr. Didik J. Rabbani selaku Direktur Program Pascasarjana,

beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tak lupa peneliti berterima kasih kepada Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Dr. Nur Kholisoh, M. Si dan Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Dr. Henni Gusfa, M. Si. Demikian juga peneliti menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, serta Branch Manager dan seluruh pegawai di Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Burung Gereja yang telah membantu kelancaran penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada adik, keponakan tercinta dan teman-teman yang selalu memberikan motivasi dan doanya, serta rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan terima kasih kepada orang tua kami, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong peneliti untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam pembangunan di Indonesia.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juni 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	vi
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	vii
LEMBAR PENGESAHAN	viii
PERNYATAAN.....	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Akademis	5
1.4.2. Manfaat Praktis	5
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS KERJA	
2.1. Kajian Pustaka	6
2.1.1. Beberapa Studi yang berkaitan	6
2.1.2. Bauran Pemasaran	11
2.1.3. Promosi	15
2.1.4. Iklan	16
2.1.4.1. Jenis-Jenis Iklan	18
2.1.5. Perilaku Konsumen dan Loyalitas Konsumen	21
2.1.5.1. Perilaku Konsumen	21
2.1.5.2. Loyalitas Konsumen	24
2.1.6. Citra Merk, Citra Toko dan Citra Korporasi	27
2.1.6.1. Citra Merk	27
2.1.6.2. Citra Toko	28
2.1.6.3. Citra Korporasi	28

2.2. Kerangka Pemikiran	29
2.2.1. Pembukaan Ulang Rekening Tabungan	30
2.3. Hipotesis Penelitian	33
2.3.1. Hipotesis Penelitian (H1)	33
2.3.2. Hipotesis Statistik (H0)	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	35
3.2. Paradigma Penelitian	36
3.3. Metode Penelitian	37
3.4. Populasi dan Sampel	39
3.4.1. Populasi Penelitian	39
3.4.2. Sampel Penelitian	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1. Data Primer	43
3.5.2. Data Sekunder	44
3.6. Definisi dan Operasionalisasi Konsep	45
3.6.1. Definisi Konsep	45
3.6.2. Operasionalisasi Konsep	47
3.7. Transformasi Data	50
3.8. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	51
3.8.1. Validitas Instrumen	52
3.8.2. Reliabilitas Instrumen	54
3.8.3. Hasil Uji Validitas Instrumen	55
3.8.4. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	57
3.9. Teknik Analisis Data	58
3.9.1. Analisis Statistik Deskriptif	58
3.9.2. Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Iklan Hadiah, Promosi E Banking, Promosi Biaya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pembukaan Ulang Rekening Tabungan	59
3.10. Uji Asumsi Klasik	65
3.11. Hasil Uji Asumsi Klasik	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	80
4.1.1. Sekilas Bank Mandiri Tangerang Bintaro Burung Gereja	85
4.1.2. Sekilas Produk Tabungan Mandiri	86
4.2. Karakteristik Responden	87
4.2.1. Jenis Kelamin Responden	88
4.2.2. Usia Responden	89
4.2.3. Pekerjaan Responden	89
4.2.4. Tingkat Pendidikan Responden	90
4.2.5. Pengeluaran Responden	91
4.2.6. Tempat Tinggal Responden	92

4.3. Analisa Statistik Deskriptif	92
4.4. Hasil Penelitian	98
4.5. Pembahasan	112
4.5.1. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Iklan Hadia Fiesta Poin Terhadap Loyalitas Pelanggan	112
4.5.2. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Promosi E Banking Terhadap Loyalitas Pelanggan	113
4.5.3. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Promosi Biaya Terhadap Loyalitas Pelanggan	114
4.5.4. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Iklan Hadiah Fiesta Poin, Promosi E Banking dan Promosi Biaya Terhadap Loyalitas Pelanggan	115
4.5.5. Pembahasan Nilai Koefisien Determinasi	117
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	119
5.2. Saran	121
5.2.1. Saran Akademis	121
5.2.2. Saran Praktis	121
 DAFTAR PUSTAKA	122
 LAMPIRAN	125



DAFTAR TABEL

Tabel. 2.1 Bauran Pemasaran terhadap 4P dan 4C	15
Tabel. 3.1 Daftar Populasi	40
Tabel. 3.2 Operasional Variabel Penelitian	48
Tabel. 3.3 Kategori Pengukuran dan Bobot	50
Tabel. 3.4 Interpretasi Reliabilitas	55
Tabel. 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen	56
Tabel. 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	57
Tabel. 3.7 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	60
Tabel. 3.8 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel. 3.9 Koefisien Korelasi	70
Tabel. 3.10 Uji Heteroskedasitas dengan Glejser	72
Tabel. 3.11 Uji Normalitas Melalui Kolmogorov-Smirnov	75
Tabel. 3.12 Hasil Uji Normalitas Durbin-Watson	76
Tabel. 3.13 Uji Linearitas X1 Terhadap Y	78
Tabel. 3.14 Uji Linearitas X2 Terhadap Y	78
Tabel. 3.15 Uji Linearitas X3 Terhadap Y	79
Tabel. 4.1 Distribusi Penyerahan Kuesioner	88

Tabel. 4.2 Jenis Kelamin Responden	88
Tabel. 4.3 Usia Responden	89
Tabel. 4.4 Pekerjaan Responden	90
Tabel. 4.5 Pendidikan Terakhir Responden	90
Tabel. 4.6 Pengeluaran Responden	91
Tabel. 4.7 Tempat Tinggal Responden	92
Tabel. 4.8 Descriptive Statistics Variabel Iklan Hadiah Mandiri Fiesta Poin.....	93
Tabel. 4.9 Descriptive Statistics Variabel Promosi E Banking.....	95
Tabel. 4.10 Descriptive Statistics Variabel Promosi Biaya	96
Tabel. 4.11 Descriptive Statistics Variabel Loyalitas Pelanggan	97
Tabel. 4.12 Hasil Analisis Korelasi Variabel X1,X2,X3 dan Y	99
Tabel. 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	101
Tabel. 4.14 Koefisien Determinasi	103
Tabel. 4.15 Hasil Uji Pengaruh Variabel X1, X2 dan X3 Terhadap Y	111
Tabel. 4.16 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Empat P Bauran Pemasaran	14
Gambar 2.2 Elemen Bauran Promosi	16
Gambar 2.3 Model Hubungan antar variabel dalam kerangka pemikiran	32
Gambar 3.1 Skematis tata hubungan tipe penelitian	38
Gambar 3.2 Grafik Uji Heteroskedastisitas	72
Gambar 3.3 Grafik Uji Normalitas Q-Q Plot	74
Gambar 3.4 Grafik Uji Linearitas dengan Scatterplot	77



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Peneliti
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Transformasi Data Ordinal ke Data Interval dengan *MSI (Method of Succcessive Interval)*
- Lampiran 4 : Tabel r Product Moment
- Lampiran 5 : Tabel t
- Lampiran 6 : Tabel F



UNIVERSITAS
MERCU BUANA