



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yayasan Menara Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	<u>Sumbangan</u>
Tanggal :	<u>22 MAR 2018</u>
No. Reg. :	1. <u>S17180470</u> 2. <u>SK/42/18/072</u>

**EFEKTIVITAS PELAYANAN CSO DALAM MEMBANGUN
KEPUASAN PELANGGAN DI BCA KCU WISMA ASIA I**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menempuh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh:
Indri Nurfitriyah
44213120140

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2018

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah hirobbil Alamin dan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Efektivitas Pelayanan CSO Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan Di BCA KCU Wisma Asia 1”**. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Public Relation Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Isi dari Skripsi ini peneliti tuangkan dengan bahasa sederhana, untuk itu penulis mengharapkan siapapun yang membaca Skripsi ini, dapat tertarik untuk mempelajari ilmu komunikasi. Dengan demikian, peneliti berusaha melakukan yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi ini ditengah-tengah kesibukan Pekerjaan di Bank Central Asia Tbk.

Terwujudnya Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Yth. Ibu Dra. Ida Anggraeni Ananda, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi, terimakasih atas bimbingan Ibu Selama ini yang telah membantu serta meluangkan waktu untuk memberikan saran, masukan, dan nasihat kepada peneliti.
2. Ibu Dra. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Yth Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Ketua Program Studi *Public Relations*

4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada Peneliti.
5. Seluruh staff Biro Administrasi Akademik (BAK), staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi, serta Perpustakaan Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu dan memberikan informasi kepada Peneliti hingga skripsi ini selesai.
6. Papa dan mama tercinta yang senantiasa berdoa dan selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya, juga memberikan dorongan dan motivasi.
7. Agung Raharjo, terimakasih selalu bersedia direpotkan dan mau mengantar kemanapun.
8. Sahabat-sahabat terbaikku, (Septi, Emma, Uthi, Riri, Regina, Ade, Killa), yang telah banyak meluangkan waktunya dalam memberi kritik, saran, serta dorongan semangat.
9. Kepada Shintia Ningrum yang telah memberikan saran serta semangatnya yang sama-sama berjuang menyelesaikan Skripsi.
10. Ibu Retnowati selaku Kaur Logistik dan Pengadaan, (PT. Bank Central Asia KCU Wisma Asia I) yang telah memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi peneliti untuk melakukan penelitian ditempat tersebut.
11. Kepada teman-teman Public Relations 2013, terimakasih atas bantuan, dan becandaan kalian selama ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan rahmat dan hidayahnya bagi kita semua. Dan semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Jurusan Public Relations.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 09 Desember 2017

Peneliti

Indri Nurfitriyah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademik.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi	8
2.1.2 Efek Komunikasi.....	10
2.1.3 Tujuan Komunikasi.....	12
2.2 Efektivitas Pelayanan	14
2.2.1 Definisi Pelayanan.....	14
2.2.2 Konsep Pelayanan Prima.....	15
2.2.3 Kualitas Pelayanan Nasabah	17
2.3 <i>Public Relations</i>	20
2.3.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	20
2.3.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	21
2.3.3 Fungsi <i>Public Relations</i>	22
2.4 <i>Customer Service Officer</i>	24
2.4.1 Pengertian <i>Customer Service Officer</i>	24
2.4.2 Fungsi dan Tugas <i>Customer Service Officer</i>	25
2.4.3 Peranan <i>Customer Service Officer</i>	27
2.5 Kepuasan Pelanggan	27

2.5.1 Pengertian Pelanggan	29
2.5.2 Jenis Pelanggan	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Lokasi Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Data Primer	34
3.4.2 Data sekunder	34
3.5 Populasi dan Sampel	34
3.5.1 Populasi	34
3.5.2 Sampel	35
3.6 Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	37
3.6.1 Definisi Konsep.....	37
3.6.2 Operasionalisasi Konsep	38
3.7 Teknik Analisa Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Central Asia, Tbk	43
4.1.2 Visi Misi dan Tata Nilai Perusahaan.....	46
4.1.3 Filosofi Logo	47
4.1.4 Produk Perusahaan	49
4.1.5 Kegiatan CSR PT. Bank Central Asia, Tbk	52
4.1.6 Smart Solution BCA Sebagai Konsep Pelayanan Prima Pada Nasabah	53
4.1.7 Penghargaan	57
4.1.8 Struktur Organisasi.....	58
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Data Pribadi Responden	60
4.2.2 Analisis Kuesioner	62
4.2.3 Analisis Uji Statistik Deskriptif	107

4.2.3.1 Analisis Uji Statistik Deskriptif Pada Dimensi Tangibles (Kebersihan dan Kenyamanan)	107
4.2.3.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pada Dimensi Reliability (Kehandalan)	109
4.2.3.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pada Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap).....	110
4.2.3.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pada Dimensi Assurance (Jaminan).....	111
4.2.3.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pada Dimensi Emphaty (Empati).....	113
4.2.3.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Secara Keseluruhan.....	114
4.3 Pembahasan.....	115
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran	119
5.2.1 Saran Akademik	119
5.2.2 Saran Praktis.....	120
DAFTAR PUSTAKA	vi
LAMPIRAN	
CV	