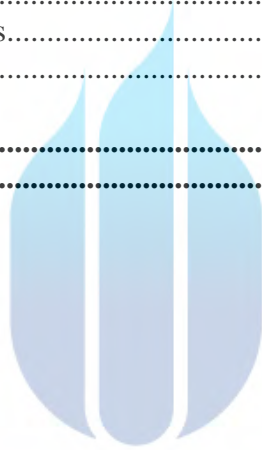


DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Penelitian Akademis	11
1.4.2. Manfaat Penelitian Praktis	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Pustaka	12
2.1.1. Review Penelitian Sejenis Terdahulu	12
2.2. Tinjauan Pustaka	15
2.2.1. Komunikasi	15
2.2.2. Komunikasi Interpersonal	16
2.2.3. Karakteristik Komunikasi interpersonal	18
2.2.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi	19
2.2.5. Lima Sikap Positif	22
2.2.6. <i>Public Relations</i>	23
2.2.7. Pengertian <i>Public Relations</i>	23
2.2.8. Peran <i>Public Relations</i>	24
2.2.9. Fungsi <i>Public Relations</i>	25
2.2.10. <i>Customer Service Officer</i>	26
2.2.11. Kepuasan Nasabah	29
2.3. Hipotesis Teoritis	32
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Paradigma Penelitian	33
3.2. Tipe Penelitian	33
3.3. Metode Penelitian	34
3.4. Populasi dan Sampel	34
3.4.1. Populasi	34
3.4.2. Sampel	37
3.5. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	38

3.5.1	Definisi Konsep.....	38
3.5.2	Operasionalisasi Konsep	41
3.6	Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.1	Validitas	42
3.6.2	Reliabilitas.....	43
3.7	Teknik Pengumpulan Data	45
3.7.1	Data Primer	45
3.7.2	Data Sekunder	46
3.8	Teknik Analisis Data	46
3.8.1	Uji Normalitas	47
3.8.2	Uji Korelasi	48
BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1.	Sejarah BCA.....	50
4.1.2.	Visi dan Misi	51
4.1.3.	Struktur Organisasi.....	53
4.1.4.	Karakteristik Responden	54
4.1.4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	55
4.2.	Hasil Penelitian	55
4.2.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.2.2.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
4.2.2.1.	Deskripsi Variabel Komunikasi Interpersonal (X).....	59
1.	Keterbukaan	59
1)	Penyampaian Informasi Yang Tepat.....	60
2)	Menerima Masukan Nasabah.....	61
2.	Empati	61
1)	Bahasa Yang Digunakan Mudah Dipahami.....	62
2)	Berusaha Untuk Mengetahui Kebutuhan	63
3.	Sikap Mendukung	64
1)	Kesigapan Dalam Melayani	65
2)	Kecepatan Dalam Menanggapi Permintaan	65
4.	Sikap Positif	66
1)	Tersedianya Sarana Yang Membantu Nasabah.....	67
2)	Sopan Santun <i>Customer Service Officer</i>	67
5.	Kesetaraan	68
1)	Tidak Membedakan Nasabah	69
2)	Pelayanan Sesuai Dengan Prosedur	70
4.2.2.2.	Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	70
1.	Sistem Keluhan Dan Saran.....	71
1)	Adanya Sarana Menyampaikan Suara Nasabah.....	72
2)	Kecepatan Penanganan Keluhan	73
2.	<i>Ghost Shopping</i>	73
1)	Sarana Penilaian Terhadap Pelayanan.....	74

2)	Ketepatan Memberikan Informasi.....	75
3.	<i>Survey</i> Kepuasan Pelanggan.....	75
1)	Melakukan <i>Engagement</i> Kepada Nasabah.....	76
2)	Menindaklanjuti Setiap Hasil <i>Survey</i>	77
4.2.3.	Uji Regresi.....	78
4.2.3.1.	Uji Normalitas	78
4.2.3.2.	Uji Korelasi (Hubungan) antar Variabel	78
4.2.3.3.	Uji F (Uji Pengaruh).....	79
4.2.3.4.	Analisis Regresi Linear Sederhana	81
4.3.	Pembahasan.....	81
BAB V.	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Simpulan.....	89
5.2.	Saran.....	90
5.2.1.	Saran Akademis.....	90
5.2.2.	Saran Praktis.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	xiv



UNIVERSITAS
MERCU BUANA