

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.1.1 Review Penelitian Sejenis Terdahulu .....	10
2.1.2 Tabel Review Penelitian Sejenis .....	14
2.2 <i>Public Relations</i> .....	20
2.2.1 Definisi <i>Public Relations</i> .....	20
2.2.2 Peran dan Fungsi <i>Public Relations</i> .....	22
2.3 Kompetensi Komunikasi .....	24
2.3.1 Definisi kompetensi komunikasi .....	24
2.3.2 Dimensi Kompetensi Komunikasi .....	25

2.4 <i>Customer Relations</i> .....	28
2.4.1 Definisi <i>Customer Relations</i> .....	28
2.4.2 Kegiatan <i>Customer Relations</i> .....	29
2.5 Loyalitas .....	31
2.5.1 Definisi Loyalitas .....	31
2.5.2 Proses Pembentukan Loyalitas .....	33
2.5.3 Dimensi Loyalitas .....	35
2.6 <i>Customer Service</i> .....	36
2.6.1 Pelayanan <i>Customer Service</i> .....	36
2.6.2 Peran <i>Customer Service</i> .....	37
2.7 Nasabah Tabungan .....	38
2.8 Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>41</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	41
3.2 Metode Penelitian .....	42
3.3 Populasi dan Sampel .....	42
3.3.1 Populasi .....	42
3.3.2 Sampel .....	43
3.4 Periode Penelitian .....	45
3.5 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	46
3.5.1 Definisi Konsep .....	46
3.5.2 Operasionalisasi Konsep .....	51
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas .....	53
3.6.1 Uji Validitas .....	53
3.6.2 Uji Realibilitas .....	55
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.7.1 Data Primer .....	57
3.7.2 Data Sekunder .....	57

3.8 Teknik Analisis Data .....	58
3.8.1 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	58
3.8.2 Uji Hipotesis .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	60
4.1.1 Profil Perusahaan .....	60
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	61
4.1.2.1 Visi .....	61
4.1.2.2 Misi .....	61
4.2 Hasil Penelitian .....	62
4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas .....	63
4.2.1.1 Uji Validitas .....	63
4.2.1.2 Uji Realibilitas .....	65
4.2.2 Data Responden .....	66
4.2.3 Analisis Variabel X .....	69
4.2.3.1 Analisis Dimensi Motivasi Komunikasi .....	70
4.2.3.2 Analisis Dimensi Pengetahuan Komunikasi .....	73
4.2.3.3 Analisis Dimensi Keterampilan Komunikasi .....	76
4.2.4 Analisis Variabel Y .....	81
4.2.4.1 Analisis Pembelian Ulang Secara Teratur .....	81
4.2.4.2 Analisis Membeli Antar Lini Produk .....	83
4.2.4.3 Analisis Merefrensikan Kepada Orang Lain .....	86
4.2.5 Uji Normalitas .....	89
4.2.6 Uji Korelasi .....	90
4.2.7 Uji Regresi Linier Sederhana .....	92
4.2.7.1 Koefisien Determinasi .....	92
4.2.7.2 Uji Hipotesis .....	93
4.3 Pembahasan.....	95

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>98</b>
5.1 Simpulan .....	98
5.2 Saran .....	99
5.2.1 Saran Akademis .....	99
5.2.2 Saran Praktis .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>103</b>

