



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Launching Produk
Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Kartu Kredit
PT Bank OCBC NISP
Periode Oktober sd Desember 2016**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :
Bepi Febrianti

44215120072

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

2017



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Program
Launching Produk Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah
Kartu Kredit PT Bank OCBC NISP Periode Oktober –
Desember 2016**

Nama : **Bepi Febrianti**

NIM : **44215120072**


Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Public Relations**

Jakarta, 11 September 2017

**Mengetahui,
Pembimbing**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**


(Dr. Abdul Rahman HI, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Program
Launching Produk Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah
Kartu Kredit PT Bank OCBC NISP Periode Oktober –
Desember 2016

Nama : Bepi Febrianti

NIM : 44215120072

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 11 September 2017

Ketua Sidang
Yuni Tresnawati, M.Ikom

(*Yuni Tresnawati*)

Penguji Ahli,
Dr. Elly Yuliani, M.Si

(*Elly Yuliani*)

Pembimbing I
Dr. Abdul Rahman HI, M.Si

(*Abdul Rahman HI*)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Program
Launching Produk Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah
Kartu Kredit PT Bank OCBC NISP Periode Oktober –
Desember 2016
Nama : Bepi Febrianti
NIM : 44215120072
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 11 September 2017

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Abdul Rahman III, M.Si)

(Dr. Elly Yuliani, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Ponco Budi Sulisty, M.com, Ph.D)

Scanned by CamScanner

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi. Adapun judul proposal skripsi ini “*Pengaruh Strategi Marketing Public Relations Program Launching Produk Terhadap Peningkatan Loyalitas Nasabah Kartu Kredit PT Bank OCBC NISP*”. Tugas proposal skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Strata Satu (I) Universitas Mercu Buana.

Selama penyusunan proposal skripsi ini penulis banyak mendapatkan saran, dorongan, bimbingan serta keterangan-keterangan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat memberikan pelajaran penting bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru yang terbaik bagi penulis. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Abdul Rahman HI, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti
2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Kedua orang tua saya, Ayahanda Edi Sainan dan Ibunda Sumintarsih, yang telah bersedia memberikan supports dan doa sehingga saya bisa menyelesaikan penelitian ini.
4. Sahabat – sahabat ku Santi Megawati, Dona Prabowo, Nur Setiawan, Nurren Novita yang sudah memberikan dukungan dalam penyelesaian penelitian ini.
5. Teman seperjuangan ku Megawati, dan Arini Firdaus yang sudah memberikan masukan, kritik serta dukungan dalam penyelesaian penelitian ini.

6. Calon suamiku Muhammad Sariipudin, yang sudah menjadi inspirasi dan motivasi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Ibu Eka Pertiwi, selaku Head HC(Human Capital) yang telah menerima dengan baik selama penulis dalam melaksanakan riset di divisi Unsecured Loan PT Bank OCBC NISP

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang dibuat baik sengaja maupun tidak sengaja, dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan serta pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut tidak menutup diri terhadap segala saran dan kritik serta masukan akan bermanfaat bagi diri penulis. Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kita semua.

Wassalamu ,,alaikum Wr. Wb

Jakarta, 11 September 2017

Penulis

Bepi Febrianti



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Identikasi Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Kegunaan Penelitian	
1.5.1. Kegunaan Akademis	5
1.5.2. Kegunaan Praktis	5

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi	6
2.1.1. Tujuan Komunikasi	8
2.2. Komunikasi Organisasi	10
2.3. Public Relations	12
2.3.1. Ruang Lingkup Public Relations	13
2.3.2. Tugas dan Fungsi Public Relations	16
2.3.3. Peranan Public Relations	18
2.3.4. Kegiatan Public Relations dalam Marketing	21
2.4. Teori Coordinate Management Of Meaning	23
2.5. Marketing Public Relations	24
2.5.1. Definisi Marketing Public Relations	24
2.5.2. Peran Marketig Public Relations	25
2.5.3. Kegiatan Marketig Public Relations	27

2.5.4. Taktik Marketig Public Relations	29
2.6. Loyalitas	35
2.6.1. Pengertian Loyalitas	35
2.6.2. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Loyalitas	30
2.6.3. Persyaratan Loyalitas.....	31
2.6.4. Tahapan Loyalitas.....	31
2.6.5. Dimensi Loyalitas.....	33
2.7. Pelanggan	35
2.8. Nasabah Premier Banking.....	35
2.9. Penelian terdahulu, Kerangka berpikir dan Hipotesis Teori	36
2.9.1. Penelian terdahulu, Kerangka berpikir.....	36
2.9.2. Hipotesa Peneltian.....	36
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tipe Penelitian	39
3.2. Metode Penelitian	40
3.3. Populasi dan Sampel	40
3.3.1. Populasi	40
3.3.2. Sampel	41
3.4. Defenisi & Operasionalisasi Konsep	43
3.4.1. Definisi Konsep	43
3.4.2. Operasionalisasi Konsep.....	45
3.5 Uji Validitas dan Reabilitas	48
3.5.1. Uji Validitas	48

3.5.2. Uji Reabilitas	49
3.6. Teknik Pengumpulan Data	50
3.6.1. Data Primer	50
3.6.2. Data Sekunder	50
3.7. Teknik Analisa Data	51
3.7.1. Skala Likert	51
3.7.2. Analisis Regresi Linier Sederhana	52
3.7.3. Uji Hipotesis	53
 BAB IV. HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Penelitian	56
4.1.1. Sejarah Umum Perusahaan	56
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	59
4.1.3. Logo dan Filosofi Perusahaan	60
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan	60
4.1.5. Jaringan Distribusi Bank OCBC NISP	61
4.1.6. Kegiatan Usaha Bank OCBC NISP	61
4.2. Hasil Penelitian	64
4.2.1. Analisa Uji Validitas dan Reliabilitas	64
4.2.2. Deskripsi Data Demografi Responden	67
4.2.3. Deskripsi Variable Penelitian	69
4.2.4. Uji Normalitas	74
4.2.5. Analisis Koefisien Korelasi	75
4.2.6. Analisis Regresi Linear	76

4.3. Pembahasan	80
4.3.1. Interpretasi Variable Strategi MPR (Y).....	80
4.3.1. Interpretasi Variable Loyalitas (X).....	81
BAB V. KESIMPULAN & SARAN	
5.1. Kesimpulan	83
5.1. Saran	83
5.2.1. Saran Akademis.....	84
5.2.1. Saran Kepada Perusahaan.....	84



LEMBAR KUISIONER

DAFTAR PUSTAKA

UNIVERSITAS
MERCU BUANA