

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Komunikasi	18
2.2.1 Pengertian Komunikasi	18
2.2.2 Proses Komunikasi	19
2.2.3 Fungsi Komunikasi	21
2.2.4 Tujuan Komunikasi	22
2.2.5 Komunikasi Interpersonal	25
2.3 Public Relations	26
2.3.1 Definisi Public Relations.....	26
2.3.2 Fungsi dan Tugas Public Relations	27
2.3.3 Public Relations Terkait Pemasaran.....	29
2.4 Corporate Public Relations	30
2.4.1 Hubungan CPR dengan MPR.....	31

2.4.2	Definisi Marketing Public Relations.....	32
2.4.3	Tugas Marketing Public Relations	33
2.5	Pelayanan	34
2.5.1	Pentingnya Pelayanan	34
2.5.2	Pelayanan Marketing Public Relations	36
2.6	Loyalitas	38
2.6.1	Pengertian dan Konsep Loyalitas.....	38
2.6.2	Upaya Membangun Loyalitas Nasabah Melalui Pelayanan.....	40
2.6.3	Manfaat Loyalitas Nasabah.....	41
2.7	Hipotesis.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Paradigma Penelitian.....	44
3.2	Metode Penelitian.....	46
3.3	Populasi dan Sampel	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel.....	47
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	49
3.4	Definisi dan Operasionalisasi Konsep	50
3.4.1	Definisi Konsep.....	50
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5.1	Data Primer	54
3.5.2	Data Sekunder	55
3.5.3	Validitas dan Reliabilitas	55
3.6	Teknik Analisis Data.....	61
3.6.1	Uji Hipotesis.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	64
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	64
4.1.2	Visi dan Misi	67

4.1.3	Motto Perusahaan.....	68
4.1.4	Logo Perusahaan	69
4.1.5	Tentang Mikro Mandiri.....	71
4.1.6	Struktur Organisasi.....	71
4.2	Hasil Penelitian	74
4.2.1	Demografi Responden.....	74
4.2.2	Analisa Kuesioner	77
4.3	Analisis Data 1	00
4.3.1	Analisis Uji Regresi Lineir Sederhana.....	100
4.3.2	Analisis Uji F	101
4.4	Pembahasan.....	103
4.4.1	Dimensi Tangible.....	104
4.4.2	Dimensi Realibility	105
4.4.3	Dimensi Responsiveness.....	106
4.4.4	Dimensi Assurance.....	107
4.4.5	Dimensi Empathy.....	107
4.4.6	Dimensi Repeat Purchase.....	108
4.4.7	Dimensi Retention.....	108
4.4.8	Dimensi Referalls.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	111
5.2	Saran.....	111
5.2.1	Saran Akademis	111
5.2.2	Saran Praktis.....	112
DAFTAR PUSTAKA		113