

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi yang berjudul “PENGARUH *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH” guna melengkapi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini tidak lupa peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Husni Amani, M.M, M.Sc selaku Rektor Institut Manajemen Telkom,
2. Bapak Bambang Budiono, Ir.,MT selaku Dekan yang telah membantu dalam kelancaran penelitian ini,
3. Bapak Refi Rifaldi Windyagiri, ST.,MBA selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,
4. Ibu Dr. Dewi K.Soedarsono selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, waktu, juga nasihat untuk penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini dengan penuh perhatiannya dan juga kesabarannya,

5. Tim penguji ujian seminar dan sidang skripsi, yang memberikan saran, kritik serta masukan yang berarti hingga pada akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini,
6. Seluruh staff dan karyawan Sekolah Komunikasi Multimedia Institut Manajemen Telkom yang memberikan informasi serta bantuan membuat surat-surat yang dibutuhkan penulis selama perkuliahan,
7. Kedua orang tua penulis, Saiful Nangcik dan Arifah Hidayati, yang tidak henti-hentinya terus mendoakan penulis,
8. Kedua adik penulis, Shahnaz Nadia Putri dan Muzzhafar Putra Alam, dan seluruh keluarga besar yang terus mendukung dan memberi penulis semangat dan motivasi,
9. Meli Ardianti Muchtaridi, yang tidak henti-hentinya terus memberikan doa, dukungan dan semangat kepada penulis,
10. Teman-teman seperantauan, Rachmat Prio Wibowo, Zifco Istian Hidayah, Dede Saputra, Dede Cahyadi, dan Anggi Rahmadansyah yang selalu siap membantu penulis,
11. Teman-teman di Ikom B '08, yang terus memberikan bantuan agar penulis cepat selesai,
12. Prajurit seperjuangan di Marcomm A '08, yang dengan kekhilafannya mempercayai penulis dan tidak henti-hentinya menanyakan kapan skripsi penulis selesai,

13. Rekan-rekan mahasiswa/i seperjuangan di Institut Manajemen Telkom yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, terima kasih segala bantuan, dorongan, semangat dan kenangan yang indah yang pernah kita lewati,
14. Serta semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas semua bantuan, doa dan semangatnya yang telah diberikan kepada penulis.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapatkan berkah dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Semua kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk upaya perbaikan penelitian ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan menjadi sumbangan ilmu yang baik di bidang ilmu komunikasi, AMIN.

Bandung, Februari 2013

(Kokoh Pribadi/108500062)

## DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Lembar Pernyataan	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1	Objek Penelitian	1
	1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
	1.1.2 Visi & Misi	3
1.2	Latar Belakang Penelitian	4
1.3	Rumusan dan Identifikasi Masalah	13
1.4	Maksud dan Tujuan Penelitian	14
	1.4.1 Maksud Penelitian	14
	1.4.2 Tujuan Penelitian	14
1.5	Kegunaan Penelitian	14
	1.5.1 Kegunaan Teoritis	15
	1.5.2 Kegunaan Praktis	15
1.6	Sistematika Penulisan Penelitian	16

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Tinjauan Pustaka Penelitian	17
	2.1.1 Rangkuman Teori	17
	2.1.1.1 <i>Marketing Communication</i>	17
	2.1.1.2 <i>Customer Service</i>	24
	2.1.1.3 <i>Frontliner</i>	26
	2.1.1.4 Loyalitas Pelanggan	28
	2.1.2 Penelitian Terdahulu	33
2.2	Kerangka Teori & Pemikiran	40

2.3	Hipotesis Penelitian	47
2.4	Ruang Lingkup Penelitian	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian	48
3.2	Operasional Variabel	49
3.3	Skala Pengukuran	53
3.4	Tahapan Penelitian	54
3.5	Populasi dan Sampel	56
	3.5.1 Populasi	56
	3.5.2 Sampel	56
	3.5.2.1 Pengertian Sampel	56
	3.5.2.2 Teknik Pengambilan Sampel	57
3.6	Pengumpulan Data	59
	3.6.1 Data Primer	59
	3.6.2 Data Sekunder	60
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	60
	3.7.1 Uji Validitas	60
	3.7.2 Uji Reliabilitas	64
3.8	Tekhnik Analisis Data	68
	3.8.1 Analisis Nilai Jenjang	68
	3.8.2 <i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	70
	3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	72
	3.8.4 <i>Pearson Product Moment (PPM)</i>	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN DATA</b>		
4.1	Karakteristik Responden	76
4.2	Hasil Penelitian	81
	4.2.1 Pembuatan Data Kategori	81
	A. <i>Customer Service</i>	82
	1. <i>Ability</i>	82
	2. <i>Attitude</i>	85
	3. <i>Appearance</i>	88
	4. <i>Attention</i>	90
	5. <i>Action</i>	93

	B.	Loyalitas Nasabah	96
		1. <i>Retentions</i>	96
		2. <i>Refferals</i>	98
		3. <i>Repeat Purchase</i>	100
	4.2.2	Rekapitulasi hasil Variabel X	103
	4.2.3	Rekapitulasi Hasil Variabel Y	105
	4.2.4	Analisis Regresi Linear Sederhana	106
	4.2.5	Analisis Korelasi PPM	108
	4.2.6	Koefisien Determinasi	109
	4.2.7	Uji Hipotesis	110
4.3		Pembahasan Hasil Penelitian	112
	4.3.1	Respon Nasabah terhadap CS	112
	4.3.2	Tingkat loyalitas nasabah BNI	113
	4.3.3	Hubungan CS dengan loyalitas nasabah	114

## BAB V PENUTUP

	5.1	Kesimpulan	117
	5.2	Saran	118

## DAFTAR PUSTAKA

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Teori	44
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	45
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	55
Gambar 4.1 Garis Kontinum <i>Ability</i>	85
Gambar 4.2 Garis Kontinum <i>Attitude</i>	87
Gambar 4.3 Garis Kontinum <i>Appearance</i>	90
Gambar 4.4 Garis Kontinum <i>Attention</i>	92
Gambar 4.5 Garis Kontinum <i>Action</i>	96
Gambar 4.6 Garis Kontinum <i>Retentions</i>	98
Gambar 4.7 Garis Kontinum <i>Refferrals</i>	100
Gambar 4.8 Garis Kontinum <i>RepeatPurchase</i>	102
Gambar 4.9 Garis Kontinum <i>CustomerRelations</i>	104
Gambar 4.10 Garis Kontinum Loyalitas Nasabah	106
Gambar 4.11 Kurva uji t	112

## Daftar Tabel

Tabel 1.1	Jumlah Bank Umum di Indonesia	5
Tabel 1.2	Jumlah Nasabah 10 Bank Besar di Indonesia	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1	Operasional Variabel	50
Tabel 3.2	Skala Pengukuran	54
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas	62
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 3.5	Interpretasi Skala Pengukuran berdasar Prosentase	69
Tabel 3.6	Interpretasi Koefisien Korelasi nilai r	75
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Periode	78
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	79
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4.6	Penilaian Data Kategori	81
Tabel 4.7	Hasil data Subvariabel <i>Ability</i>	82
Tabel 4.8	Hasil data Subvariabel <i>Attitude</i>	85
Tabel 4.9	Hasil data subvariabel <i>Appearance</i>	88
Tabel 4.10	Hasil data Subvariabel <i>Attention</i>	90
Tabel 4.11	Hasil data Subvariabel <i>Action</i>	93
Tabel 4.12	Hasil data Subvariabel <i>Retentions</i>	96
Tabel 4.13	Hasil data Subvariabel <i>Refferal</i>	98
Tabel 4.14	Hasil data subvariabel <i>RepeatPurchase</i>	101



Tabel 4.15 Rekap Tanggapan Responden mengenai Variabel X	103
Tabel 4.16 Rekap Tanggapan Responden mengenai Variabel Y	105
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	107
Tabel 4.18 Analisis Korelasi Pearson	109

## Daftar Lampiran

Lampiran 1 Angket penelitian

Lampiran 2 Script Wawancara

Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Data Interval dari hasil penelitian

Lampiran 4 ANOVA, *Normalization Plot*, *Durbin-Watson*