

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR TABEL	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Penelitian	5
I.4.1 Manfaat Teoritis	5
I.4.2 Manfaat Praktis	6
I.5 Sistematika Penulisan	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 8
II.1 Pengertian Komunikasi.....	8
II.2 Pengertian Public Relations	10
II.2.1 Humas Eksternal	13
II.3 Customer Service	15
II.3.1 Peranan dan Tugas Customer Service Bank	17
II.3.2 Fungsi Customer Service Bank.....	18
II.3.3 Syarat Seorang Customer Service Bank	20
II.3.4 Fungsi Komunikasi Customer Service.....	21
II.4 Keterkaitan Customer Service dengan Public Relations	26
II.5 Kepuasan Pelayanan Informasi.....	29
II.6 Loyalitas.....	34
II.7 Operasionalisasi Variable	38
II.8 Kerangka Pemikiran.....	41

BAB III	METODE PENELITIAN	43
III.1	Desain Penelitian	43
III.2	Sumber Data.....	44
III.2.1	Populasi.....	44
III.2.2	Sample.....	45
III.3	Bahan Penelitian dan Unit Analisis	45
III.4	Teknik Pengumpulan Data.....	46
III.5	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	47
III.5.1	Validitas	47
III.5.2	Reliabilitas	49
III.6	Analisis Data	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN	53
IV.1	Subjek Penelitian	53
IV.1.1	Sejarah PT Bank Mayapada Internasional, Tbk.	53
IV.1.2	Visi dan Misi PT Bank Mayapada Internasional, Tbk.	55
IV.1.3	Profile Mayapada Mitra Usaha Pasar Cipondoh – Tangerang	55
IV.1.4	Struktur Organisasi Mayapada Mitra Usaha Pasar Cipondoh – Tangerang.....	56
IV.1.5	Pengertian dan Job Description Jabatan Mayapada Mitra Usaha Pasar Cipondoh – Tangerang	57
IV.1.6	Kegiatan Customer Service Bank Mayapada dalam Membina Kepuasan dan Loyalitas Debitur	59
IV.1.7	Produk dan Jasa	63
IV.1.8	Bagan Citra Profesional	65
IV.2	Hasil Penelitian	67
IV.2.1	Identifikasi Responden.....	68
IV.3	Pembahasan.....	80
BAB V	PENUTUP	82
V.1	Kesimpulan	82
V.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		89

RIWAYAT HIDUP PENULIS

LAMPIRAN

- Lampiran – 1 : Kuesioner
- Lampiran – 2 : Tabel Perhitungan *Test Retest*
- Lampiran – 3 : Tabel Induk
- Lampiran – 4 : Surat Pernyataan Hasil Penelitian

DAFTAR BAGAN

Bagan II.8	Kerangka Pemikiran	41
Bagan IV.1.4	Struktur Organisasi Mayapada Mitra Usaha Pasar Cipondoh - Tangerang	56
Bagan IV.1.8	Bagan Citra Profesional	65

DAFTAR TABEL

Tabel III.5.2 (a)	Hasil <i>Test Re-test</i>	51
Tabel III.5.2 (b)	Hasil Pengukuran Menggunakan <i>Pearson Product Moment SPSS Versi 17.0 for Windows</i>	51
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Debitur MMU Cipondoh.....	69
Tabel 4.3	Puas Terhadap Kelengkapan Informasi Dari <i>Customer Service</i>	69
Tabel 4.4	Puas Terhadap Keakuratan atau Kebenaran Informasi Yang Diberikan <i>Customer Service</i>	70
Tabel 4.5	Puas Terhadap <i>Customer Service</i> Yang Tanggap Dalam Melayani Setiap Permintaan Informasi Dengan Memberi Respon dan Menawarkan Bantuan Secara Cepat.....	70
Tabel 4.6	Puas Terhadap <i>Customer Service</i> Yang Cepat Tanggap dan Antusias Dalam Menghadapi Pertanyaan Debitur	71
Tabel 4.7	Puas Terhadap <i>Customer Service</i> Yang Dapat Memberikan Jawaban Sesuai Dengan Pertanyaan Debitur	72
Tabel 4.8	Puas Terhadap <i>Customer Service</i> Yang Berkomunikasi Secara Efektif dan Mudah Dipahami Dalam Memberikan Informasi Serta Tanggapan Sesuai Dengan Kebutuhan Debitur	72
Tabel 4.9	Puas Dengan Informasi Yang Didapat Dari <i>Customer Service</i> dan Merasakan Adanya Manfaat Dari Informasi Tersebut.....	73
Tabel 4.10	Puas Dengan Informasi Yang Didapat Secara Gratis dan Bermanfaat Untuk Debitur.....	74
Tabel 4.11	Puas Dengan Kemudahan Mendapat Informasi Dari <i>Customer Service</i>	74
Tabel 4.12	Puas Dengan Informasi Yang Didapat Berasal Langsung Dari Sumbernya, Yaitu <i>Customer Service</i>	75

Tabel 4.13	Puas Dengan Kejelasan Informasi Yang Didapat Dari <i>Customer Service</i>	75
Tabel 4.14	Perolehan Nilai Variable X (Kualitas Pelayanan Informasi)	76
Tabel 4.15	Akan Melakukan Pengambilan Kredit Kembali (<i>TOP UP</i>)..	77
Tabel 4.16	Akan Tetap Memilih Bank Mayapada, Walaupun Pelayanannya Bank Lain Lebih Baik.....	77
Tabel 4.17	Akan Tetap Memilih Bank Mayapada, Walaupun Produk dan Bunga Yang Ditawarkan Bank Lain Lebih Menarik	78
Tabel 4.18	Akan Membela Bank Mayapada Unit Pasar Cipondoh – Tangerang, Bila Ada Orang Lain Yang Menjelekkan Pelayanan Dari <i>Customer Service</i>	78
Tabel 4.19	Akan Merekomendasi Kepada Rekan Mengenai Produk, Pelayanan Informasi, dll Dari Bank Mayapada	79
Tabel 4.20	Perolehan Nilai Variable Y (Loyalitas debitur MMU Cipondoh)	79