

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Kepustakaan	14
2.1.1 Konsep Bauran Pemasaran Jasa	14
2.1.1.1 Karakteristik Jasa	17
2.1.2 Konsep Bauran Promosi	21
2.1.3 Konsep <i>Public Relations</i>	25
2.1.3.1 Tujuan <i>Public Relations</i>	31
2.1.3.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	33
2.1.3.3 Peranan <i>Public Relations</i>	36
2.1.3.4 Strategi Program Kerja <i>Public Relations</i>	37
2.1.3.5 Faktor-faktor Penyebab Dibutuhkannya Strategi <i>Public Relations</i>	39
2.1.3.6 <i>Public Relations</i> Pada Jasa Perbankan	40
2.1.4 <i>Corporate Image</i>	42
2.1.4.1 Definisi <i>Corporate Image</i>	42
2.1.4.2 Jenis <i>Corporate Image</i>	45
2.1.4.3 Pembentukan <i>Corporate Image</i>	47
2.1.4.4 Manfaat <i>Corporate Image</i>	49
2.1.4.5 Komponen-Komponen <i>Corporate Image</i>	50
2.1.4.6 Pentingnya Citra Bagi Perusahaan	52
2.1.4.7 Langkah-Langkah dalam Memperbaiki Citra	56

2.1.4.8 Mengkomunikasikan Citra.....	57
2.1.4.9 Strategi Membentuk <i>Corporate Image</i>	58
2.1.5 Pengaruh <i>Public Relation</i> Terhadap <i>Corporate Image</i>	61
2.1.6 Resume Hasil Penelitian Terdahulu	62
2.2 Kerangka Pemikiran.....	64
2.3 Hipotesis	68

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	70
3.2 Metode Penelitian	70
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	70
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	72
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	75
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	76
3.2.4.1 Populasi.....	76
3.2.4.2 Sampel.....	77
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	78
3.2.4.4 Teknik Pengumpulan Data.....	79
3.2.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	80
3.2.5.1 Uji Validitas	80
3.2.5.2 Uji Reliabilitas	84
3.2.6 Teknik Analisis Data.....	87
3.2.6.1 Analisis Data.....	87
3.2.6.2 <i>Method Of Successive Internal (MSI)</i>	88
3.2.6.3 Analisis Deskriptif	90
3.2.6.4 Analisis Verifikatif.....	90
3.2.6.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	91
3.2.6.5 Pengujian Hipotesis	96

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	97
4.1.1 Profil Perusahaan	97
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden dan Pengalaman Responden.....	102
4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Public Relations</i>	109
4.1.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Corporate Image</i>	126
4.1.5 Pengaruh <i>Public Relations</i> Terhadap <i>Corporate Image</i> Pada Bank Jabar Banten Cabang Utama Bandung	137
4.1.5.1 Besar Korelasi Antar Variabel.....	137
4.1.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	139

4.1.5.3 Koefisien Determinasi	141
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	143
4.2.1 Gambaran Terhadap <i>Public Relations</i>	146
4.2.2 Gambaran Terhadap <i>Corporate Image</i>	146
4.2.3 Pengaruh <i>Public Relations</i> Terhadap <i>Corporate Image</i> Pada Bank Jabar Banten Cabang Utama Bandung	151
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	152
4.3.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	152
4.3.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	154
4.4 Implikasi Pendidikan Manajemen Bisnis Terhadap Hasil Penelitian	156

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	162
5.2 Rekomendasi	163

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 <i>MARKET SIZE</i> PERKEMBANGAN INDUSTRI TAHUN 2009	2
TABEL 1.2 PERINGKAT <i>MARKET SHARE</i> KATEGORI PERBANKAN NASIONAL TAHUN 2008-2009.....	5
TABEL 1.3 KINERJA BANK JABAR BANTEN CABANG UTAMA BANDUNG	7
TABEL 2.1 DEFINISI PEMASARAN.....	14
TABEL 2.2 PERBEDAAN KARAKTERISTIK DAN TINGKAT EFEKTIVITAS ALAT-ALAT PROMOSI.....	25
TABEL 2.3 DEFINISI <i>PUBLIC RELATION</i>	26
TABEL 2.4 RUANG LINGKUP PEKERJAAN MPR DAN CPR	35
TABEL 2.5 DEFINISI CORPORATE <i>IMAGE</i>	44
TABEL 2.6 PENELITIAN PENDAHULUAN	62
TABEL 3.1 OPERASIONALISASI VARIABEL.....	72
TABEL 3.2 JENIS DATA, SUMBER DATA, DAN RELEVANSINYA DENGAN TUJUAN PENELITIAN	75
TABEL 3.3 PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI.....	81
TABEL 3.4 HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL <i>PUBLIC RELATIONS</i>	82
TABEL 3.5 HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL <i>CORPORATE IMAGE</i>	83
TABEL 3.6 HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN	86
TABEL 3.7 KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN...	88
TABEL 3.8 SKOR SETIAP ITEM PERTANYAAN.....	91
TABEL 3.9 PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH (GUILFORD).....	95
TABEL 4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN DAN STATUS	102
TABEL 4.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA DAN PENDIDIKAN.....	103

TABEL 4.3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGHASILANDAN PEKERJAAN.....	104
TABEL 4.4 PERINGKAT ALASAN MENABUNG DI BANK JABAR	106
TABEL 4.5 PERINGKAT LAMA MENJADI NASABAH BANK JABAR	107
TABEL 4.6 PERINGKAT PRODUK BANK JABAR YANG DIGUNAKAN NASABAH	108
TABEL 4.7 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KEJELASAN PUBLIKASI PRODUK DI MEDIA.....	109
TABEL 4.8 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DAYA TARIK ISI BERITA DI MEDIA.....	110
TABEL 4.9 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KEJELASAN INFORMASI BANK JABAR DI MEDIA	111
TABEL 4.10 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI ACARA BANK JABAR	113
TABEL 4.11 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI LOKASI ACARA	114
TABEL 4.12 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI <i>SPONSORSHIP</i> BANK JABAR PADA KEGIATAN KEJUARAAN.....	115
TABEL 4.13 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI FREKUENSI PEMBERIAN DANA SPONSOR.....	116
TABEL 4.14 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI BERITA SEPUTAR BANK JABAR	117
TABEL 4.15 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI FREKUENSI BERITA..	119
TABEL 4.16 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KETEPATAN PEMILIHAN WAKTU	120
TABEL 4.17 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI <i>TALKSHOW</i> DALAM MENGISI ACARA.....	121
TABEL 4.18 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KEGIATAN SOSIAL BANK JABAR	122
TABEL 4.19 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI FREKUENSI KEGIATAN SOSIAL BANK JABAR.....	123
TABEL 4.20 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI SERAGAM PEGAWAI BANK JABAR.....	124

TABEL 4.21 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI BANGUNAN BANK JABAR	125
TABEL 4.22 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP BANK JABAR.....	126
TABEL 4.23 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PENILAIAN NASABAH TERHADAP BANK JABAR SEBAGAI BANK YANG TERKENAL	127
TABEL 4.24 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PRESTASI BANK JABAR	129
TABEL 4.25 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PELAYANAN BANK JABAR	130
TABEL 4.26 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KEMAMPUAN BERKOMUNIKASI KARYAWAN BANK JABAR DENGAN NASABAH	131
TABEL 4.27 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KERAMAHAN KARYAWAN BANK JABAR.....	132
TABEL 4.28 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PENGETAHUAN NASABAH TENTANG LOGO BANK JABAR.....	134
TABEL 4.29 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PENGETAHUAN NASABAH TENTANG WARNA SERAGAM BANK JABAR	135
TABEL 4.30 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PENGETAHUAN NASABAH TENTANG SLOGAN BANK JABAR.....	136
TABEL 4.31 MODEL <i>SUMMARY</i>	138
TABEL 4.32 <i>DESCRIPTIVE STATISTICS</i>	138
TABEL 4.33 <i>OUTPUT ANOVA</i>	139
TABEL 4.34 <i>OUTPUT KOEFISIEN REGRESI</i>	140
TABEL 4.35 REKAPITULASI <i>INDIKATOR PUBLIC RELATIONS</i>	143
TABEL 4.38 REKAPITULASI <i>INDIKATOR CORPORATE IMAGE</i>	146

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN	67
GAMBAR 2.2 PARADIGMA PEMIKIRAN.....	68
GAMBAR 4.1 STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN	101
GAMBAR 4.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN DAN STATUS	103
GAMBAR 4.3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA DAN PENDIDIKAN	104
GAMBAR 4.4 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGHASILAN DAN PEKERJAAN	105
GAMBAR 4.5 PERINGKAT ALASAN MENABUNG DI BANK JABAR.....	106
GAMBAR 4.6 PERINGKAT LAMA MENJADI NASABAH BANK JABAR.....	107
GAMBAR 4.7 PERINGKAT PRODUK BANK JABAR YANG DIGUNAKAN NASABAH	108
GAMBAR 4.8 DIAGRAM GARIS LINIER <i>PUBLIC RELATIONS</i> TERHADAP <i>CORPORATE IMAGE</i> BANK JABAR BANTEN CABANG UTAMA BANDUNG	141
GAMBAR 4.9 HASIL KONTINUM <i>PUBLIC RELATIONS</i>	146
GAMBAR 4.10 HASIL KONTINUM <i>CORPORATE IMAGE</i>	150

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 INSTRUMEN PENELITIAN
- LAMPIRAN 2 KODING DATA
- LAMPIRAN 3 KODING DATA MSI
- LAMPIRAN 4 OUTPUT SPSS VALIDITAS DAN RELIABILITAS
- LAMPIRAN 5 NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT
- LAMPIRAN 6 GAMBARAN VARIABEL X DAN Y
- LAMPIRAN 7 OUTPUT SPSS ANALISIS REGRESI
PERHITUNGAN MANUAL ANALISIS REGRESI SEDERHANA
- LAMPIRAN 8 NILAI-NILAI DALAM DISTRIBUSI t
- LAMPIRAN 9 INTERPOLASI
- LAMPIRAN 10 PERHITUNGAN MANUAL VALIDITAS DAN RELIABILITAS
- LAMPIRAN 11 PERHITUNGAN MANUAL ANALISIS REGRESI LINIER
SEDERHANA
- LAMPIRAN 12 SURAT KETERANGAN PENELITIAN
- LAMPIRAN 13 BIODATA