

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* BANK
BPR CITRA BERSADA ABADI
TERHADAP LOYALITAS NASABAH
(Survei Pada Nasabah Bank BPR Citra Bersada Abadi)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh :
SONYA GRACE SIMAMORA
180900158**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2023

THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING BANK BPR

CITRA BERSADA ABADI

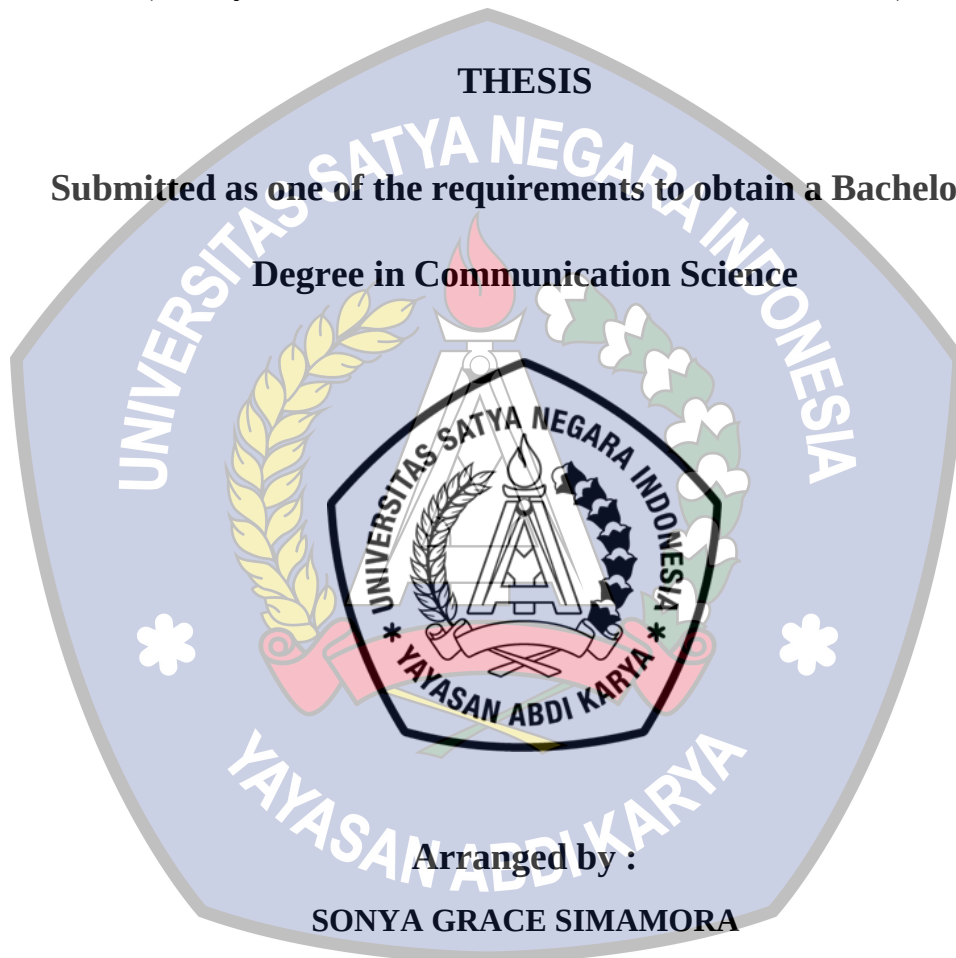
TO CUSTOMER LOYALTY

(Survey of Bank BPR Citra Bersada Abadi's customers)

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor's

Degree in Communication Science



Arranged by :

SONYA GRACE SIMAMORA

180900158

SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA

FACULTY OF COMMUNICATION AND POLITICAL SCIENCE

JAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN ORISINNALITAS

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali Tim Pembimbing dan Tim Penguji
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan dicatumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam penyimpangan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yag telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan normayang brlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 21 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



(SONYA GRACE SIMAMORA)

NIM: 180900158

FALKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : SONYA GRACE SIMAMORA
NIM : 180900158
JUDUL : PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*

BANK BPR CITRA BERSADA ABADI
TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN : HUMAS

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 21 Februari 2023

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Agus Budiana, S.Sos., M.I.Kom)

(Fitri Sarasati M,S.Ikom,M.Sc)

Menyetujui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M. Ikom)

(Drs. Solten Rajagukguk,MM)

FALKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SONYA GRACE SIMAMORA

NIM : 180900158

JUDUL : PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*

BANK BPR CITRA BERSADA ABADI

TERHADAP LOYALITAS NASABAH

PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

PEMINATAN : HUMAS

Bekasi, 21 Februari 2023

Menyetujui,

Ketua Penguji : Fitri Sarasati M,S.Ikom,M.Sc

(.....)

Anggota Penguji I : Drs. Solten Rajagukguk,MM

(.....)

Anggota Penguji II : Risqi Inayah Dwijayanti, M. Ikom

(.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom)

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul “**Pengaruh Relationship Marketing Bank BPR Citra Bersada Abadi Terhadap loyalitas Nasabah**”

Penulis membuat proposal ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi dari Universitas Satya Negara Indonesia. Penulis menyadari proposal ini masih jauh dari kata sempurna oleh sebab itu penulis mengharapkan sumbangan kritik serta masukan kepada pembaca.

Dalam kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapa dan Mama serta adik-adik saya Daniel Adhyatma Simamora dan Daudy Samuel Simamora tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi selama melakukan studi.
2. Prof. Ir. Johnner Sitompul, M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia (USNI)
3. Drs. Solten Rajagukguk selaku Dekan Falkultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia (USNI)
4. Dr. Achmad Budiman Sudarsono., M. Ikom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.

5. Fitri Sarasati, S.Ikom,. M.Sc selaku dosen pembimbing I penelitian yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penyusunan proposal ini.
6. Agus Budiana, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing II yang memberikan arahan serta semangat kepada penulis dalam penyusunan proposal ini
7. Seluruh staff dan Dosen Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia .
8. Pernando Subriadi Pakpahan yang selalu ada dan memberikan semangat, dukungan juga motivasi dalam penyusunan proposal ini
9. Seluruh anggota Grup EXO (Xiumin, Luhan, Kris, Suho, Lay, Baekhyun, Chen, Chanyeol, D.o, Kai,Tao, Sehun. Terimakasih karena telah mengisi masa mudaku dan memberikan pengaruh positif, inspirasi dan motivasi kepada penulis secara tidak langsung melalui karya-karyanya.
10. Oppung juga bou Tuty yang telah memberikan doa, semangat dan arahan kepada penulis.
11. Teman-teman yang telah memberikan semangat serta saran kepada penulis.

Jakarta, 21 Februari 2023



Sonya Grace Simamora

MOTTO

Jangan pernah gelisah, dengan hari ini. Sebab Tuhan selalu bersamamu.

Jangan khawatir akan hari esok, sebab Tuhan yang pegang dan sediakan apa yang diperlukan dan disediakan. JANGAN TAKUT !

***Doakan apa yang dikerjakan, kerjakan apa yang didoakan.
“Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan, yang menaruh
harapannya pada Tuhan ! Yeremia 17 : 7***

**“ KARENA MASA DEPAN SUNGGUH ADA, DAN HARAPANMU TIDAK
AKAN HILANG “**

Live to be yourself.

**Make today better then yesterday and tomorrow better than
today.**

FALKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : SONYA GRACE SIMAMORA
NIM : 180900158
JUDUL : PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*
BANK BPR CITRA BERSADA ABADI
TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN : HUMAS
Jumlah Halaman : xv+ 86 Halaman+ 6 Lampiran
Bibliografi : 10 Buku, Jurnal 5, Blog/Internet 3

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi Usaha jasa perbankan menawarkan jasa pelayanan keuangan, maka usaha jasa perbankan harus mengedepankan pelayanan, *profesionalisme* dan kepercayaan nasabah.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Menurut Homan Komunikasi dalam perspektif *social exchange* merupakan suatu pertukaran (transaksional), yang merupakan suatu proses berupa komponen-komponen yang saling terkait dan medium bertindak dan bereaksi sebagai satu kesatuan atau keseluruhan, istilah transaksi berarti bahwa orang-orang yang berinteraksi berada dalam keadaan saling ketergantungan atau timbal balik.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan Paradigma positivistik. Metode yang digunakan adalah metode survei. Pengumpulan data dengan *Accidental sampling* menggunakan rumus Slovin dengan hasil sampel berjumlah 81 responden nasabah PT. BPR Citra Bersada Abadi.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Relationship Marketing* berpengaruh sebesar 71% terhadap Loyalitas Nasabah, sementara sisanya 0,290 atau 29% berupa kontribusi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian dan kesimpulan, penulis memberikan saran teoritis dan praktis, agar pemilik PT. BPR Citra Bersada Abadi dapat memberikan edukasi atau pengetahuan kepada masyarakat.

Kata Kunci : *Relationship Marketing*, Loyalitas Nasabah
Pembimbing I : Fitri Sarasati M, S.Ikom.,M.Sc
Pembimbing II : Agus Budiana, S.Sos., M.I.Kom

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA

NAME : SONYA GRACE SIMAMORA
ID Number 180900158
TITLE : *The Effect Of Bpr Citra Bersada Abadi*
Relationship Marketing On Customer
Loyalty
STUDY PROGRAM : Communication Science
SPECIALTY : Public Relations
Number of pages : xv+ 86 pages+ 6 lampiran
Bibliography : 10 Books, Journals 5, Blog/Internet 3

ABSTRACT

The background of this research is that banking service businesses offer financial services, so banking service businesses must prioritize service, professionalism and customer trust.

The theory used in this study is that according to Homan Communication in the perspective of social exchange is an exchange (transactional), which is a process in the form of interrelated components and the medium acts and reacts as a unit or whole, the term transaction means that people interacting are in a state of interdependence or reciprocity

In this study the authors used a quantitative approach, with a positivistic paradigm. The method used is survey method. Accidental sampling used data collection using the Slovin formula with a sample of 81 respondents from PT. BPR Citra Bersada Abadi.

The results of this study prove that Relationship Marketing has an effect of 71% on Customer Loyalty, while the remaining 0.290 or 29% is in the form of contributions from other factors not examined in this study.

From the research results and conclusions, the authors provide theoretical and practical suggestions, so that the owner of PT. BPR Citra Bersada Abadi can provide education or knowledge to the public.

Instagram.Keywords : Relationship Marketing, Customer Loyalty

Supervisor I : Fitri Sarasati M, S.Ikom.,M.Sc.

Supervisor II : Agus Budiana, S.Sos., M.I.Kom