Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Pengaruh kinerja humas dan respon nasabah terhadap citra perusahaan : studi kasus pada Bank Syariah Mandiri

Widya Savitri, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=88099&lokasi=lokal

---

Abstrak

Beberapa tahun terakhir perbankan syariah sebagai konsep baru dalam dunia perbankan, terus menunjukkan perkembangan cepat. Pertumbuhan perbankan syariah selain dituntut untuk mengedepankan sisi syariah, juga dibarengi pemberian keunggulan lain seperti pelayanan, kemudahan akses, serta upaya perbaikan mutu. Disinilah peran public relations (PR/humas) dibutuhkan. Melalui pengkomunikasian yang tepat, masyarakat akan memperoleh kejelasan informasi yang membantu dalam pertimbangan dan pembuatan keputusan menjadi nasabah. Bentuk komunikasi yang dilakukan salah satunya melalui program humas berupa publikasi, sponsorship, dan bakti sosial. Program-program tersebut selain sebagai alat komunikasi yang efektif, juga sebagai bentuk niat baik perusahaan yang pada akhirnya menciptakan citra positif perusahaan. Nasabah merespon program humas tersebut melalui tahapan-tahapan yang diharapkan mencapai tahap akhir, yaitu penggunaan jasa perusahaan tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengctahui bagaimana pengaruh kinerja humas dan respon nasabah terhadap citra perusahaan. Ketiga dimensi kinerja humas diukur berdasar tingkat pencapaian sasaran, frekuensi kegiatan yang dilakukan, tingkat kesesuaian pesan dengan pengalaman audience, tingkat daya tarik kejelasan dan kredibilitas pesan, dan tingkat ketepatan pemilihan saluran. Variabel respon nasabah diukur berdasarkan dimensi attention, interest, desire, dan action. Adapun persepsi nasabah atas citra, menyangkut recognition, reputasi, offinity, dan loyalitas merek.

Penelitian ini mengambil responden nasabah Bank Syariah Mandiri sebanyak 174 orang. Data yang didapat lalu dianalisis dengan model structural equation modeling (SEM), dengan menggunakan software LISREL 8.30.

Berdasarkan pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa kinerja humas memiliki pengaruh positif terhadap citra perusahaan, baik secara langsung maupun melewati perantara respon nasabah. Demikian pula dengan respon nasabah yang memiliki pengaruh positif terhadap citra perusahaan.