



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

**PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DANA TER-
HADAP CITRA PERUSAHAAN PT. ESPAY DEBIT INDONESIA
(Survei Terhadap Pengguna Dana Di Wilayah Kota Tangerang)**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

WAFY FAHRUL SURYAWAN

44218010117

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS

MERCU BUANA

JAKARTA

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : WAFY FAHRUL SURYAWAN

NIM : 442180117

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DANA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT. ESPAY DEBIT INDONESIA (Survei Terhadap Pengguna Dana Di Wilayah Kota Tangerang)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta 18 September 2024



Wafy Fahrul Suryawan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : WAFY FAHRUL SURYAWAN
NIM : 442180117
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DANA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT. ESPAY DEBIT INDONESIA (Survei Terhadap Pengguna Dana Di Wilayah Kota Tangerang)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

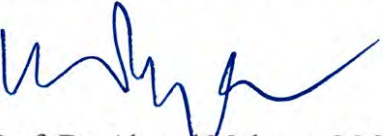
Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. A. Rahman HI, M.Si ()
NIDN : 0330126403
Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom` ()
NIDN : 0316129201
Penguji Ahli : Haekal Fajri Amrullah, M.Comn ()
NIDN : 0318109301

Jakarta, 18 September 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Namid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Wafy Fahrul Suryawan
NIM	: 44218010117
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DANA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT. ESPAY DEBIT INDONESIA (Survei Terhadap Pengguna Dana Di Wilayah Kota Tangerang)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 September 2024
Yang menyatakan,



(Wafy Fahrul Suryawan)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Wafy Fahrul Suryawan
44218010117
Dr. A. Rahman HI, M.Si

Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness Esteh Indonesia (Survey Pada Followers Instagram @esteh.indonesia).

ABSTRAK

Di era digital saat ini, kualitas pelayanan *customer service* menjadi faktor krusial yang sangat memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Dana, sebagai salah satu platform keuangan digital terkemuka di Indonesia, sangat bergantung pada pelayanan pelanggan yang efektif untuk menjaga citra dan kepercayaan pengguna. Tangerang merupakan salah satu wilayah urban yang dinamis, dengan jumlah pengguna layanan keuangan digital yang terus meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap citra perusahaan dari PT Espay Debit Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori penetrasi sosial. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, paradigma positivisme, dengan jenis penelitian explanatory, menggunakan metode survei dan uji analisis regresi linier sederhana. Data pada penelitian ini diambil dari sebanyak 100 warga Tangerang berusia 15 – 44 tahun. Dari hasil penelitian dengan judul penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu “Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Dana terhadap Citra Perusahaan PT Espay Debit Indonesia.”, memiliki tingkat hubungan yang kuat yaitu diantara angka 0.800 – 1.000 hal tersebut dapat dilihat dari hasil Analisa uji koefisien korelasi spearman dengan nilai korelasi sebesar 0.869. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan *customer service* merupakan hal yang sangat penting

yang memiliki pengaruh atas citra perusahaan itu di PT Espay Debit Indonesia. Temuan bahwa 79.8% citra perusahaan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan customer service mengindikasikan bahwa perusahaan harus serius berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan staf *customer service*. Dengan meningkatkan keterampilan mereka dalam hal *reliability* (keandalan), *responsiveness* (kecepatan merespons), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik seperti komunikasi profesional), perusahaan dapat memperbaiki persepsi pelanggan dan meningkatkan kepuasan.

Kata kunci : Customer Service, Citra, Reliability, Responsive, Komunikasi.





Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Wafy Fahrul Suryawan
44218010117
Dr. A. Rahman HI, M.Si

Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness Esteh
Indonesia (Survey Pada Followers Instagram @esteh.indonesia).

ABSTRACT

In today's digital era, the quality of customer service is a crucial factor that greatly affects customer perception and satisfaction. Dana, as one of the leading digital finance platforms in Indonesia, relies heavily on effective customer service to maintain user image and trust. Tangerang is one of the dynamic urban areas, with the number of digital financial service users continuing to increase. The purpose of this study is that this study aims to find out the extent to which customer service has an effect on the corporate image of PT Espay Debit Indonesia. This research uses the theory of social penetration. This study uses a quantitative methodology, the positivism paradigm, with the type of explanatory research, using a survey method and a simple linear regression analysis test. The data in this study was taken from as many as 100 Tangerang residents aged 15 – 44 years. From the results of the study with the title of the research used by the researcher, namely "The Influence of Customer Service Dana on the Corporate Image of PT Espay Debit Indonesia.", it has a strong relationship level, which is between 0.800 – 1,000, this can be seen from the results of the analysis of the spearman correlation coefficient test with a correlation value of 0.869. It can be concluded that customer service is a very important thing that has an influence on the company's image at PT Espay Debit Indonesia.

The finding that 79.8% of a company's image is affected by the quality of customer service indicates that companies should seriously invest in the training and development of customer service staff. By improving their skills in terms of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles (physical evidence such as professional communication), companies can improve customer perception and increase satisfaction.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sampai hari ini hingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul : **“PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DANA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT.ESPAY DEBIT INDONESIA (Survei Terhadap Pengguna Dana Di Wilayah Tangerang)”**dapat diselesaikan.

Dalam penulisan skripsi ini, tidak sedikit hambatan dan kendala yang penulis alami, tetapi Alhamdulillah berkat upaya dan optimisme yang didorong oleh kerja keras yang tidak kenal lelah, serta bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikannya. Namun, penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap kritikan dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak terhadap skripsi ini.

Adapun tujuan penulisan Proposal ini adalah untuk memenuhi salah satu mata kuliah Metode Penelitian Kuantitatif. Dalam proses penyelesaian Proposal ini tentunya tidak lepas dari peranan dan bantuan berharga dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. A. Rahman, HI, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah mendidik dan memberikan bimbingan selama masa perkuliahan.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom., M.Ikom, selaku Dosen Penguji yang telah menguji skripsi ini agar menjadi skripsi yang lebih baik.
4. Kedua orang tua saya, Sudarwan dan Melin marlina, dan adik saya Willy fahwaz. Terima kasih atas support yang telah diberikan.
5. Salfhaotha Friemay, M.IKom, selaku sahabat saya yang telah membantu dan memberikan support selama penyusunan skripsi ini.
6. Desvanka Jasmine Shelomita, selaku partner saya yang telah memberikan dukungan berupa support moral selama penyusunan skripsi ini.

7. Fikri Muhammad, selaku sahabat saya yang selama ini telah memberikan banyak bantuan dan support selama penyusunan skripsi ini.

Jakarta, Juni 2024

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.4 Penelitian Terdahulu.....	8
2.5 Kajian Teori.....	13
2.5.1 Komunikasi Interpersonal	13
2.5.2 Model Komunikasi Interpersonal	17
2.7 <i>Public Relations</i>	23
2.8 <i>Pelayanan Customer Service</i>	25
2.8.1 Pengertian Pelayanan	25
2.8.2 Pengertian Pelayanan <i>Customer Service</i>	26
2.9 Citra Perusahaan.....	30
2.10 Teori Penetrasi Sosial	32
2.11 Hipotesis.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34

3.4	Paradigma Penelitian	34
3.5	Tipe Penelitian.....	35
3.6	Metode Penelitian.....	36
3.7	Populasi dan Sampel	36
3.7.1	Populasi	36
3.7.2	Sampel.....	37
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.8.1	Uji Validitas	39
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	40
3.9	Teknik Pengumpulan Data	41
3.9.1	Data Primer	41
3.9.1.1	Kuesioner	41
3.9.2	Data Sekunder	41
3.9.2.1	Studi Kepustakaan.....	41
3.10	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	41
3.10.1	Definisi Konsep.....	41
3.11	Teknik Pengumpulan Data	48
3.12	Teknik Analisis Data	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	52
4.4	Subjek Penelitian.....	52
4.4.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	52
4.4.2	Visi & Misi.....	53
4.4.3	Logo Dana	54
4.5	Identitas Responden	54
4.5.1	Berdasarkan Pendidikan	54
4.5.2	Berdasarkan Usia.....	55
4.5.3	Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.6	Tabel Per Pertanyaan.....	56
4.6.1	Variabel X (Pelayanan Customer Service).....	56
4.6.2	Variabel Y (Citra Perusahaan).....	59
4.7	Hasil Penelitian.....	62

4.7.1	Uji Validitas	62
4.7.2	Uji Reliabilitas.....	64
4.7.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	65
4.7.4	Uji Korelasi Spearman	67
4.7.5	Uji T (Parsial).....	68
4.8	Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN.....		84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Model Komunikasi Interpersonal Secara Umum.....	18
Gambar 4.1 Logo Dana	54



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	47
Tabel 4.1 Hasil Data menurut Jenjang Pendidikan	54
Tabel 4.2 Hasil Data menurut Usia	55
Tabel 4.3 Hasil Data menurut Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas X.....	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Y	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas X.....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Y	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Anova	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Coefficients	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi Spearman.....	68
Tabel 4.12 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	68
Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial)	69