



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Feni Fatmawati
44215110146

Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dalam Pelayanan *Customer Service Officer* Terhadap Kepuasan Nasabah
Jumlah Halaman : xiv + 94 halaman + 19 lampiran
Bibliografi : 37 acuan

ABSTRAK

Pelayanan dalam bisnis jasa perbankan yang biasa-biasa saja saat ini sudah tidak dapat lagi di harapkan untuk mampu bersaing dalam persaingan global. Perusahaan harus senantiasa memperhatikan komunikasi dengan menjalin kegiatan *customer relations* yang baik dalam upaya meningkatkan pelayanan prima yang dapat merangsang kepuasan nasabah.. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sejauhmana pengaruh komunikasi interpersonal dalam pelayanan *customer service officer* terhadap kepuasan nasabah di BCA Menara Imperium.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal dalam pelayanan *customer service officer* terhadap kepuasan nasabah. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan sifat penelitiannya eksplanatif. Metode yang digunakan adalah survei yang memiliki dua variabel yaitu Komunikasi Interpersonal (x) terhadap Kepuasan Nasabah (y). Populasinya yaitu nasabah cabang BCA Menara Imperium dengan teknik pengambilan dengan metode *simple random sampling*.

Hasil penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dengan uji hipotesis menggunakan uji normalitas, uji koefisien korelasi pearson, uji f anova.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa masih adanya nasabah di cabang BCA Menara Imperium yang masih belum puas dalam pelayanan *customer service officer* dimana masih rendahnya tingkat survey kepuasan nasabah, *engagement* kepada nasabah, komunikasi interpersonal yang terjalin dengan nasabah, kesigapan dalam melayani dan kepuasan nasabah. Dari hasil tersebut bahwa masih banyak nasabah yang datang ke cabang BCA Menara Imperium yang masih menginginkan tingkat pelayanan yang lebih dari para *customer service officer* nya baik dalam hal penyambutan sampai dengan nasabah selesai dilayani serta solusi yang diberikan oleh *customer service officer*.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Pelayanan, Kepuasan Nasabah



University of Mercu Buana
Faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Feni Fatmawati
44215110146

The Effect of Interpersonal Communication In Customer Service Officer Service To Customer Satisfaction

Number of Pages: xiv + 94 pages + 19 attachments

Bibliography : 37 references

ABSTRACT

The service in the mediocre banking services business is no longer expected to compete in global competition. Companies must always pay attention to communication by establishing good customer relations activities in an effort to improve excellent service that can stimulate customer satisfaction .. The problem formulation in this research is how far the influence of interpersonal communication in customer service officer service to customer satisfaction in BCA Menara Imperium.

This research is conducted to know and analyze how much influence interpersonal communication in customer service officer service to customer satisfaction. The type of this research is quantitative and explanative nature of the research. The method used is a survey that has two variables of Interpersonal Communication (x) to Customer Satisfaction (y). Its population is customer branch BCA Menara Imperium with technique of taking with simple random sampling method.

The results of this study using a simple linear regression analysis technique with hypothesis test using the normality test, Pearson correlation coefficient test, test f anova. This study concludes that there are still customers in the branch of BCA Menara Imperium who are still not satisfied in customer service officer service where the low level of customer satisfaction survey, engagement to customers, interpersonal communication that is intertwined with the customer, the readiness in serving and customer satisfaction. From that result, there are still many customers who come to the branch of BCA Menara Imperium who still want more service level from its customer service officer both in terms of welcoming up to customer finish served and solution given by customer service officer.

Keywords: *Interpersonal Communication, Service, Customer Satisfaction*