



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Aryliga Triditya Putra
44216110111

Pengaruh Sikap Positif Komunikasi Interpersonal Customer Service Terhadap
Kepuasan Nasabah Pengguna Jasa E-Banking
Jumlah Halaman : xi + 106 halaman + 15 lampiran
Bibliografi : 28 acuan

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis sejauhmana pengaruh Sikap Positif Komunikasi Interpersonal Customer Service dalam mengatasi keluhan nasabah yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna jasa E-Banking di BCA KCP Menara Imperium. Latar belakang masalah yang diambil yaitu bagaimana komunikasi interpersonal dari Customer Service dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dari nasabah pengguna jasa E-Banking. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan bersifat eksplanatif. Metode yang digunakan adalah survey yang memiliki dua variabel yaitu Sikap Positif Komunikasi Interpersonal (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Populasinya yaitu nasabah BCA KCP Menara Imperium yang berkantor di Gedung Imperium dan dengan teknik pengambilan dengan metode sensus berjumlah 103 responden.

Hasil penelitian menunjukkan , hasil analisa data Pengaruh Sikap Positif Komunikasi Interpersonal Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Jasa E-Banking diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 0,796 dengan tingkat korelasi tergolong **kuat**.

Kata Kunci : Sikap Positif, Komunikasi Interpersonal, Customer Service, Kepuasan Nasabah



University of Mercu Buana
Faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Aryliga Triditya Putra
44216110111

The Effect of Positiveness Interpersonal Communication Customer Service to Customer Satisfaction E-Banking User

Number of Pages : xi + 106 pages + 15 attachments

Bibliography : 28 references

ABSTRACT

This research is conducted to know and analyze how much influence positiveness interpersonal communication customer service to customer satisfaction E-banking user in branch BCA Menara Imperium. The background of the problem taken is, how interpersonal communication from customer service involved in customer satisfaction e-banking user. The research methodology used is quantitative with explanation type. The method used is a survey that has two variables of positiveness interpersonal communication (X) to customer satisfaction (Y). The population is customer branch BCA Menara Imperium who work in Imperium Building and with technique of taking with sensus of 103 responds.

The results of this research show that Data Analysis from Positiveness Interpersonal Communication customer service to customer satisfaction E-banking user is 0,796 with a relatively high level of correlation.

Keywords : *Positiveness, Interpersonal Communication, Customer Service, Customer Satisfaction*