

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN JASA POS DI KANTOR POS BANDUNG
JALAN ASIA AFRIKA**

**THE EFFECT OF CUSTOMER SERVICE INTERPERSONAL COMMUNICATION
ON POSTAL SERVICE CUSTOMER SATISFACTION AT BANDUNG POST
OFFICE ASIA AFRIKA STREET**

Veronica de Fatima de Araujo¹., Ruth Mei Ulina Malau S.I.Kom., M.I.Kom²
Prodi Ilmu komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
Email : ¹ikhaaraujo1996@gmail.com , ²Ruthmeimalau@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Komunikasi interpersonal *customer service* terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa pos di kantor pos Bandung jalan Asia Afrika. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan memahami besarnya pengaruh Komunikasi interpersonal terhadap kepuasan Pelanggan layanan jasa Pos di Kantor Pos Bandung Jalan Asia Afrika. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non *propability sampling* jenis *accident sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Bandung jalan Asia Afrika. Pada penelitian ini, nilai koefisien determinasi adalah sebesar 66,09% dan sisanya sebesar 33,91% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini komunikasi interpersonal pada *customer service* Kantor pos Bandung jalan Asia Afrika termasuk dalam kategori baik.

Kata kunci : Komunikasi interpersonal, *costumer service*, kepuasan pelanggan

Abstrac

This research was conducted to determine the effect of customer service interpersonal communication on postal service customer satisfaction at the Bandung post office jl. Asia Africa. The purpose of this study is to know and understand the magnitude of the influence of interpersonal communication on the satisfaction of Postal service customers at the Bandung Post Office Jl. Asia Africa. This study uses quantitative methods with descriptive research types. Sampling is done by the propability sampling method of simple random sampling. The data analysis technique used is descriptive analysis and simple linear regression analysis.

Based on the results of the study show that interpersonal communication has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Bandung Post Office in Asia Africa. In this study, the coefficient of determination is 66.09% and the remaining 33.91% is influenced by other variables not examined in this study. The conclusion of this study is interpersonal communication on the customer service of the Bandung post office jl. African Asia is included in the good category.

Keywords : *interpersonal communication, Costumer service, costumer satisfaction*

1. Pendahuluan

Persaingan dalam dunia bisnis apapun jenisnya terasa semakin ketat, dimana setiap konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk dan layanan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, sehingga konsentrasi perusahaan tidak lagi hanya bagaimana produk itu dapat sampai kepada konsumen akan tetapi lebih fokus kepada apakah pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan sudah memenuhi dan memuaskan konsumen.

Maka dalam hal pelayanan komunikasi menjadi suatu hal yang patut untuk diperhatikan karena dalam kehidupan manusia tentu memerlukan komunikasi untuk menjalani segala aktivitasnya tanpa komunikasi manusia tidak mungkin dapat berinteraksi dengan orang lain untuk mendapatkan informasi ataupun menyampaikan suatu pesan/ide gagasannya. Bukan saja secara verbal, bagi manusia yang mengalami cacat fisik seperti tuna rungu, tuli, tidak bisa berbicara dan lain-lain namun dalam kehidupannya sama saja mereka juga berkomunikasi layaknya seperti manusia normal pada umumnya. Walaupun tidak dapat menggunakan bahasa secara verbal, tapi masih bisa untuk menggunakan bahasa isyarat baik dengan ekspresi wajah, gerakan tangan, badan ataupun simbol lainnya inilah yang disebut dengan komunikasi non verbal yakni komunikasi yang tidak menggunakan bahasa secara langsung untuk menyampaikan pesan/informasi kepada orang lain. Kantor Pos merupakan perusahaan BUMN yang berdiri sudah sangat lama dibandingkan para perusahaan swasta sejenis dan tingkat kepercayaannya pun sudah tidak diragukan lagi. Namun masih ada keluhan-keluhan dari pelanggan yang merasa kurang puas dengan pelayanan. Dalam proses pelayanan yang baik dan berkualitas membutuhkan komunikasi yang baik sehingga konsumen dapat mengerti dan memahami dengan baik proses layanan yang diberikan dan membuat konsumen merasa lebih puas dengan informasi-informasi yang didapatkan dari pihak perusahaan. Customer service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan pelanggan (Kasmir SE.MM, 2008: 180). Maka Komunikasi interpersonal customer service merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada saat terjadi interaksi antara karyawan dengan pelanggan melalui kontak komunikasi yang baik, dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan mempertahankan loyalitas pelanggan dikarenakan terciptanya kontak komunikasi dua arah yang saling terkoneksi sehingga jalinan relasi yang dekat menimbulkan keuntungan bagi perusahaan.

Untuk mengetahui tingkat pelayanan dan harapan pelanggan maka perlu dilakukan sebuah penelitian untuk mengetahui seberapa besar Gap antara tingkat pelayanan dengan harapan masyarakat penggunaan layanan jasa guna mengetahui kepuasan konsumen.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Komunikasi interpersonal

Menurut (Mulyana,2013:81) komunikasi antar pribadi atau komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal. Sedangkan menurut Kathleen S. Verderber et al. (dalam Muhammad dan Ganiem 2011:14), komunikasi Interpersonal merupakan proses melalui mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Menurut Malcolm R Parks (dalam Muhammad dan Ganiem 2011 :14), komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terutama diatur oleh norma, biasanya terjadi dalam suatu kelompok kecil maupun besar.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 138) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Sedangkan menurut oliver (dalam Tjiptono, 2014 : 355) Kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Menurut Zaithml dan Bitner (2013:75) kepuasan Pelanggan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri dan keistimewaan suatu produk atau jasa, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Metodologi Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah metode deskriptif analisis Menurut Nazir (2011:54) metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, objek,

kondisi, sistem pemikiran ataupun sekelompok peristiwa pada masa sekarang, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat gambaran secara sistematis, erat dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, hubungan antar fenomena yang diselidiki serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan.

Dalam hal ini penulis menggunakan beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian. Variabel adalah sesuatu yang memiliki variasi nilai dan mencerminkan obyek penelitian. Adapun variabel-variabel yang menjadi objek yaitu :

1. Variabel Independent (variabel bebas)

Merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat biasanya dilambangkan dengan variabel X, dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah *komunikasi Interpersonal*

2. Variabel Dependent (variabel Terikat)

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel Bebas biasanya dilambangkan dengan variabel Y, dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan.

3.1 Populasi dan sampel

3.1.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:115).Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan layanan jasa pos di akntor pos bandung jalan Asia Afrika Bandung sebanyak 25.782 orang.

3.1.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015:93), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam menetapkan jumlah anggota sampel peneliti menetapkan populasi pelanggan Kantor Pos Bandung dalam 4 bulan terakhir, yang didapat dari perusahaan yang dilampirkan pada penelitian ini yaitu sebanyak 25.782 pelanggan, dan menggunakan teknik pengambilan sampel menurut sugiyono (2011:131) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah Populasi

e = presisi sampel error atau tingkat kesalahan

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{25.782}{1 + (25.782) \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{25.872}{258,82} = 99,61 \\ &= 100(\text{dibulatkan}) \end{aligned}$$

3.2 Teknik analisis data

3.2.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi menurut Ridwan (2010: 145) merupakan suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang kemungkinan yang akan terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diminimalisir. Manfaat hasil analisis regresi menurut Sugiyono (2010: 260) adalah untuk membuat leputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak. Menurut Sugiyono (2010: 261) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel dependen yang diprediksika

a = harga Y ketika harga X = 0

b = angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan peningkatan ataupun penurunan variabel dependen berdasarkan variabel independen. X = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

3.2.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dituliskan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sebagai jawaban sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2013: 64). Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen/bebas terhadap variabel dependen/terikat. Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan secara parsial, yaitu:

Dengan hipotesis:

Ho : $b_i = 0$ (tidak ada hubungan antara X dengan Y)

H1 : $b_i \neq 0$ (ada hubungan antara X dengan Y)

Hipotesis tersebut di atas perlu diuji kebenarannya dan apabila hipotesis dapat diterima dan terdapat hubungan yang signifikan antara X dan Y, maka terdapat hubungan antara komunikasi interpersonal customer service terhadap kepuasan pelanggan pada Layanan Jasa Pos di Kantor Pos Bandung Jl. Asia Afrika. Namun perlu dilihat apakah hubungan tersebut positif atau negative. Untuk melakukan pengujian hipotesis, peneliti menggunakan uji t untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan sebesar ($\alpha = 5\%$). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika statistik t hitung < t tabel, maka H0 diterima, sehingga Komunikasi interpersonal Customer service kantor pos tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Jika statistik t hitung > t tabel, maka H1 diterima, sehingga Komunikasi interpersonal Customer service kantor pos berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

3.2.3 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono, (2013: 294) koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen/terikat terhadap variabel dependen/bebas secara parsial. Menurut Ghazali, (2013: 97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menunjukkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui koefisien determinasi (R^2) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = r^2 + 100\%$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi adalah $0 \leq r \leq 1$, jika nilai koefisien determinasi semakin kecil (mendekati 0) mengartikan bahwa variabel independen sama sekali tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin besar (mendekati 1), maka dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif mengenai komunikasi interpersonal customer service pada Kantor pos bandung jl. Asia afrika

Secara keseluruhan tanggapan dari responden mengenai komunikasi interpersonal *customer service* di kantor pos bandung jl. Asia afrika sebesar 76,37% yang berada pada tingkat Baik. Artinya keseluruhan dimensi dari komunikasi

interpersonal yang dilakukan oleh customer service kantor pos Bandung Jl. Asia Afrika sudah baik.

4.1 Analisis deskriptif mengenai kepuasan pelanggan pada Kantor pos Bandung Jl. Asia Afrika

Secara keseluruhan tanggapan dari responden mengenai kepuasan pelanggan di kantor pos Bandung Jl. Asia Afrika sebesar 73,56% yang berada pada tingkat Baik. Artinya keseluruhan dimensi dari kepuasan pelanggan yang terhadap komunikasi *customer service* kantor pos Bandung Jl. Asia Afrika sudah baik.

4.2 Analisis deskriptif mengenai Komunikasi interpersonal customer service terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa pos di kantor pos Bandung Jl. Asia Afrika

Hasil perhitungan data diperoleh nilai t hitung untuk variabel Komunikasi Interpersonal (X) sebesar 6,845 dan t tabel dihitung dari $n = 100$ sehingga diperoleh t tabel bernilai 0,195 dan nilai signifikan (0,000) di bawah (lebih kecil dari 0,05). Dikarenakan nilai t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka artinya komunikasi interpersonal (X) berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) layanan jasa kantor pos Bandung Jl. Asia Afrika. Berarti apabila komunikasi interpersonal *customer service* semakin kuat, maka kepuasan pelanggan semakin tinggi.

5. Kesimpulan dan saran

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dapat dilihat dari hasil pengujian data yang didapatkan berikut ini :

1. Terdapat pengaruh positif komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa Kantor pos Bandung Jl. Asia Afrika.
2. Komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa kantor pos Bandung Jl. Asia Afrika dengan tingkat persentase sebesar 66,09%.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh positif variabel komunikasi terhadap kepuasan pelanggan layanan jasa kantor pos Bandung dengan tingkat signifikan yang tinggi. Nilai koefisien determinasi sebesar 66,09% pada penelitian ini, berarti bahwa variabel komunikasi interpersonal memiliki kontribusi pengaruh sebesar 66,09% sedangkan sebesar 33,91% disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi Kantor Pos Bandung Jl. Asia Afrika

Berdasarkan Hasil yang didapatkan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini masing-masing dimensi dari variabel komunikasi interpersonal maupun kepuasan pelanggan mendapat persentase yang ada pada tingkat baik. Maka saran dari peneliti bagi Kantor Pos Bandung Jl. Asia Afrika untuk lebih meningkatkan lagi pelayanan yang ada di kantor pos sehingga bisa bertambah tingkat persentasenya. Dilihat juga dari hasil nilai koefisien determinasi dimana adanya pengaruh yang signifikan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan.

5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya

Dengan adanya hasil penelitian ini disarankan kepada peneliti selanjutnya agar:

1. Bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian mengenai komunikasi interpersonal perusahaan terhadap kepuasan pelanggan diharapkan untuk dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain yang berhubungan dengan pelanggan.
2. Menggunakan teknik analisis yang berbeda dari yang digunakan oleh peneliti seperti kualitatif untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan optimal.

Daftar pustaka

- Budyatna, Muhammad dan Ganiem, Leila Mona 2011. Teori Komunikasi Antarpribadi. Edisi 1. Kencana Prenada
- Devito, J. 2011, Komunikasi Antar Manusia. Tangerang Selatan: Kharisma Publising Grup
- Effendy, O. U., 2003, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Kazmir. 2008. Etika Costumer service. Rajawali Pers
- Kotler dan Keller, 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 edisi ke 13. Jakarta Erlangga
- Mulyana, Deddy. 2013, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Edisi 17. Rosdakarya
- Nazir, mohammad. 2015. *Metode penelitian*. Cetakan kelima. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Panuju, Redi. 2018. Pengantar Studi Ilmu Komunikasi. Jakarta : Prenadamedia Grup
- Rakhmat, J. (2016). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2010. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. Metode penelitian bisnis, Bandung: Alfabeta
- Sunarto, 2011. Komunikasi Interpersonal. Graha Ilmu
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Penerbit CV. Alfabeta : Bandung
- Sunarto, A.W. (2011). Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandy. 1998. *Total Quality service*.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategy Pemasaran*. Edisi 2. Penerbit Andi, Yogyakarta

