

PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. SUCOFINDO CABANG BANJARMASIN

Sarah Anjani¹, Murdiansyah Herman², M. Agus Humaidi³

Email: sarah@sucofindobjm.com

Abstrak

Saat ini persaingan antar perusahaan atau bisnis baik penyedia produk maupun jasa tengah bersaing dengan kompetitif. Untuk itu perusahaan perlu mengedepankan salah satu aspek dari instansi nya agar dapat bersaing dengan pesaingnya. Tidak dapat dipungkiri salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan ialah proses komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, atau dalam menyediakan kualitas pelayanan jasanya. Kepuasan konsumen akan meningkat jika terdapat komunikasi interpersonal yang baik atau memuaskan. Aspek ini perlu diperhatikan tanpa kecuali bagi PT SUCOFINDO cabang Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh dari komunikasi interpersonal customer service PT SUCOFINDO cabang Banjarmasin terhadap kepuasan pelanggannya, serta seberapa besar pengaruh dari variabel komunikasi interpersonal tersebut. Penelitian dilaksanakan secara kuantitatif dengan metode survey melalui kuesioner, proses pengolahan data dilakukan melalui program SPSS ver 25.0. Target responden dalam penelitian ini sejumlah 78 sampel penelitian yang merupakan pelanggan dari PT SUCOFINDO cabang Banjarmasin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal customer service PT Sucofindo memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggannya, yaitu sebesar 24%. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini terjawab, yaitu terdapat pengaruh antara komunikasi interpersonal customer service PT SUCOFINDO cabang Banjarmasin terhadap kepuasan pelanggan pada PT SUCOFINDO cabang Banjarmasin.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Kepuasan Pelanggan, Customer Service, Expectancy Disconfirmation Theory

A. Pendahuluan

Ketatnya persaingan ini mendorong industri dibidang jasa untuk cepat menyesuaikan diri dan semakin meningkatkan bisnisnya. Dalam hal ini ialah untuk mengadakan kualitas pelayanan berupa komunikasi interpersonal yang memadai bagi konsumennya. Kepuasan konsumen akan lebih tinggi bila konsumen berinteraksi dengan karyawan yang memiliki keterampilan komunikasi yang baik, dan melalui komunikasi interpersonal yang baik atau memuaskan maka dapat membuat perusahaan bisa bertahan walaupun persaingan semakin meningkat. Dengan layanan yang berkualitas pelanggan akan merasa puas sehingga akan berpengaruh kepada besar kecilnya permintaan pelanggan terhadap jasa yang dihasilkan. Kepuasan pelanggan ini atau *customer satisfaction* yang tercipta dapat menghasilkan sebuah hubungan antar perusahaan dan konsumen yang harmonis dan selanjutnya bahkan dapat menciptakan loyalitas konsumen.

Ujung tombak dalam sebuah perusahaan untuk membangun kepuasan dari pelanggan merupakan pengertian dari customer service. Jembatan antara pelanggan dengan perusahaan merupakan definisi dari fungsi seorang customer service, dikarenakan customer service melakukan komunikasi secara langsung dengan pelanggan dan mewakili sebuah perusahaan. Kepuasan dari pelanggan bisa tercipta dari pelayanan customer service yang baik dengan melakukan relasi yang baik dari perusahaan kepada pelanggan. Dengan melalui kegiatan komunikasi interpersonal menjadi salah satu cara dalam membantu terwujudnya pelayanan customer service yang baik yang dapat dilakukan oleh petugas customer service

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NPM18110215

²Program Studi Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN1109127301

³Program Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN1118088901

pada pelanggan. Sebagaimana yang dikatakan oleh (Devito, 2013) bahwa sebuah kegiatan komunikasi yang terbangun dari 2 orang maupun lebih dengan adanya pelibatan komunikasi verbal ataupun nonverbal merupakan komunikasi interpersonal.

Salah satu perusahaan dibidang jasa yang berdiri kokoh di Indonesia ialah PT. SUCOFINDO (PT Superintending Company of Indonesia) yang ialah sebuah Badan Usaha Milik Negara yang berfokus pada layanan jasa pemeriksaan dan pengawasan dibidang perdagangan terutama komoditas pertanian serta membantu pemerintah dalam menjamin kelancaran arus barang dan pengamanan devisa negara dalam perdagangan ekspor impor (www.Sucofindo.co.id). Selain itu PT. SUCOFINDO juga menyediakan layanan jasa seperti *warehousing* dan *forwarding*, *analytical laboratories*, *industrial and marine engineering*, serta *fumigation and industrial hygiene*. Ragam produk jasa yang ditawarkan oleh PT. SUCOFINDO tentu dapat menjangkau berbagai pasar kebutuhan pelanggannya, akan tetapi terlepas dari itu semua, tanpa adanya kualitas pelayanan yang baik, maka jasa yang ditawarkan tidak dapat bertemu dengan ekspektasi konsumen.

Dalam organisasi Pemerintah, Perusahaan dan sebagainya, elemen kepuasan pelanggan merupakan esensi penting untuk menentukan serta mempertahankan maupun menumbuhkan kembangkan perusahaan. Pada PT. SUCOFINDO cabang Banjarmasin sendiri dalam aktivitas bisnisnya menerima beragam keluhan dari para pelanggan. Pada tahun 2020 terdapat peningkatan keluhan dengan total 20. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen baik pada produk jasa yang mereka dapatkan maupun penanganan lainnya.

Keluhan yang diterima oleh PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin dan didapati bahwa keluhan dengan frekuensi terbanyak ialah keluhan mengenai “Penyampaian Hasil Analisa Sample”. Umumnya pelanggan pasti selalu menanyakan kapan waktu uji analisa berlangsung dan kapan dapat menerima hasil analisa tersebut. Dengan telah ditetapkannya prosedur waktu uji analisa untuk sample air atau lingkungan 10 hari kerja tidak termasuk sabtu dan tanggal merah, sample batubara dan mineral 3 – 4 hari kerja tidak termasuk sabtu dan tanggal merah, dan sample CPO (minyak sawit) 3 – 4 hari kerja tidak termasuk sabtu dan tanggal merah, serta sample yang tidak bisa diujikan pada laboratorium cabang Banjarmasin akan dikirimkan kepada cabang pembantu seperti cabang Cibitung dan Surabaya mendapatkan waktu uji analisa kurang lebih dengan tempo waktu 30 Hari kerja tidak termasuk sabtu dan tanggal merah. Pada tahun 2020 terdapat wabah pandemi *Virus Covid-19* yang menggemparkan seluruh dunia termasuk Indonesia dan telah memasuki Provinsi Kalimantan Selatan dengan total korban positif mencapai satu ribu lebih pada kota Banjarmasin berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah dengan melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang memberikan kebijakan kepada perusahaan untuk melakukan WFH (*Work From Home*), maka oleh sebab itu PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin melakukan ketetapan pemerintah dengan melakukan WFH (*Work From Home*), pada setiap karyawan, yang menyebabkan perubahan waktu analisa sample yang diujikan pada laboratorium mengalami perubahan yang signifikan serta tidak mempunyai lagi ketentuan yang permanent untuk uji analisa sample air, batubara, dan minyak sawit.

Selama berlangsungnya WFH (*Work From Home*), pada bulan Maret hingga Agustus PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin mengalami banyak keluhan pelanggan mengenai hasil analisa yang tidak diterima mencapai 30 hari kerja serta sering mengalami perubahan waktu uji analisa yang tidak menentu.

Permasalahan yang dihadapi oleh PT. SUCOFINDO cabang Banjarmasin memerlukan peran penting dari seorang *Customer Service* yang diharapkan dapat memberikan informasi yang akurat serta baik sehingga pelanggan dapat merasa puas secara keseluruhan terhadap jasa yang diberikan oleh PT. SUCOFINDO cabang Banjarmasin. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini yang berjudul “**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. SUCOFINDO CABANG BANJARMASIN**”.

B. Alat dan Metode

Mengingat gambaran dasar masalah yang telah dikemukakan, maka definisi masalah dalam tinjauan ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara komunikasi interpersonal dari *customer service* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin ?
2. Seberapa besar presentase pengaruh komunikasi interpersonal dari *customer service* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin ?

Dalam penelitian ini terdapat 78 sampel responden penelitian yang diambil dari total populasi yang ada yaitu 350 total pelanggan PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu pendekatan yang bersifat kuantitatif. Sebagaimana yang diungkapkan oleh (Sugiyono,2017) bahwa pendekatan yang bersumber pada filsafat positivisme serta digunakan dalam melakukan penelitian untuk sebuah populasi maupun sampel tertentu merupakan pendekatan kuantitatif. Dengan demikian pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang bersifat eksplanatif yang nantinya dengan tujuan untuk memberikan penjelasan mengenai pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya yaitu variabel komunikasi interpersonal dari *customer service* terhadap kepuasan dari pelanggan. Pada penelitian ini yang digunakan adalah teknik non probability sampling dengan menggunakan jenis purposive sampling. Sebagaimana yang dikatakan oleh (Kriyantono, 2014) bahwa dengan menggunakan kriteria tertentu dalam melakukan seleksi yang mencakup orang-orang yang dibuat oleh peneliti sesuai dengan tujuan dari penelitian. Data yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan metode pengujian validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linear, dan pengujian hipotesis.

C. Hasil dan Pembahasan

Penelitian berjudul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Customer Service* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin” ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang bersifat primer didapatkan dengan melakukan survey dengan menggunakan sebaran kuesioner kepada 78 orang responden menurut perhitungan teknik pengurukan jumlah sampling.

Pada penelitian ini, peneliti melalui *purposive sampling* menyebarkan kuesioner penelitian kepada 78 responden yang merupakan pelanggan PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin, adapun deskripsi profil responden penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Tabel Jenis Kelamin Responden Penelitian

Jenis Kelamin	Persentase
Laki-laki	52.56%
Perempuan	47.44%
Total	100.00%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner dalam penelitian ini, adapun responden dalam penelitian ini terdiri dari 52.56% laki-laki dan 47,44% perempuan yang merupakan pelanggan dari PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin.

Pernyataan yang diajukan oleh peneliti kepada responden harus dapat memenuhi keinginan dari peneliti agar apa yang diukur dapat berjalan sesuai dengan hasil penelitian, oleh karena itu dibutuhkan uji validitas kuisisioner yang ditujukan kepada 30 orang pertama untuk melihat apakah masing-masing pernyataan memiliki bobot yang sesuai dengan apa yang ingin diukur oleh peneliti. Data akan dikatakan valid bila nilai item-total correlation lebih dari 0,361. Hasil dari proses perhitungan diperoleh dari program SPSS.

Sebelum disebarkan kepada ke 78 orang responden tertuju, dilakukan pra-survey kepada 30 orang responden awal untuk menguji validitas serta reabilitas dari pernyataan kuesioner penelitian. setelah

ditemukan hasil bahwa 24 butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, maka peneliti menyebarkan kuesioner kepada 78 orang responden penelitian. Berdasarkan hasil sebaran data, didapati bahwa 47,44% responden berjenis kelamin wanita dan 52.56% berjenis kelamin laki-laki. Sebaran usia responden berada pada rentang 20 tahun hingga 29 tahun.

24 butir pernyataan dalam kuesioner ini terdiri dari 12 butir yang mewakilkan variabel X (komunikasi interpersonal) dan 12 butir yang mewakilkan variabel Y (kepuasan pelanggan). Tidak ada jumlah pernyataan kuesioner yang dihilangkan karena menurut hasil uji validitas dan reabilitas, seluruh pernyataan dapat digunakan untuk mewakili variabel dalam penelitian ini. Untuk variabel (komunikasi interpersonal) berdasarkan hasil perhitungan SPSS, dapat terlihat bahwa ke-12 butir pernyataan kuesioner memiliki nilai *corrected item correlations* yang lebih besar dari 0,361. Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa seluruh butir pernyataan variabel X (komunikasi interpersonal) dinyatakan valid. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada variabel (kepuasan pelanggan), maka semua pernyataan tersebut dinyatakan valid. Pernyataan dikatakan valid dikarenakan hasil perhitungan r hitung yang lebih besar dari r tabel 0,361. Mengacu pada data validitas seluruh pernyataan, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan seluruh pernyataan tersebut sebagai pernyataan kuisisioner survei yang akan digunakan oleh peneliti sebagai bahan penelitian.

Data yang diperoleh dari kuisisioner harus melewati uji kelayakan berikutnya, yaitu melalui uji reliabilitas. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila instrumen pernyataan pada kuesioner tersebut tetap konsisten jika dilakukan pengkuruan kembali pada orang yang sama di waktu yang berbeda, atau berlaku sebaliknya. Untuk mengukur tingkat reliabilitas suatu kuesioner, digunakan aplikasi SPSS for Windos ver 25.0. Pernyataan pada setiap variabel dikatakan reliabel jika nilai conbach alpha lebih dari 0,6.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

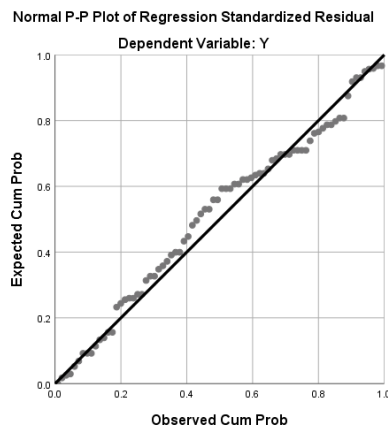
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Komunikasi Interpersonal	0,826	Reliabel
2.	Kepuasan Pelanggan	0,826	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan dengan tabel yang ada diatas, dimana dapat dilihat bahwa nilai dari Cronbach's alpha berdasarkan pada hasil pengujian reliabilitas variabel pada penelitian ini didapatkan nilai pada variabel X (Komunikasi Interpersonal) senilai 0,826, dimana hasil tersebut lebih besar daripada nilai 0,6 yang menunjukkan bahwa pada variabel tersebut bersifat reliabilitas, sedangkan untuk variabel Y (Kepuasan Pelanggan) didapatkan nilai sebesar 0,826 yang menandakan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,6 yang juga menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat reliabilitas.

Uji normalitas juga dilakukan untuk melihat apakah sebaran data dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal atau tidak. Peneliti menggunakan uji melalui *p-p plot of regressions* dan juga uji *kolmogrov Smirnov* untuk mendapatkan hasil output yang lebih reliabel. Melalui grafik *p-p plot* didapatkan sebaran data yang mengikuti arah garis diagonal, diperkuat oleh output *kolmogrov Smirnov* yang menunjukkan nilai sig 0,089 yang lebih besar dari nilai sig 0,05 sehingga dapat dipastikan bahwa data dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal, sehingga memungkinkan untuk penulis melanjutkan pada uji statistik yang berikutnya. Pada hasil output SPSS didapatkan penyebaran data yang berada disekita garis diagonal serta mengikuti arah daripada garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut dikatakan terdistribusi normal serta telah memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 1. Output P-P Plot Regression



Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Sesuai dengan grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* di atas, dapat diketahui bahwa nilai-nilai data tersebar disekitar garis diagonal, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa data penelitian yang berasal dari populasi yang berdistribusi normal dan model regresi memenuhi syarat asumsi normalitas. Untuk memperkuat hasil output uji normalitas, dilakukan pula melalui uji kolmogrov Smirnov, dan didapati output sebagai berikut.

Tabel 2. Output Kolmogrov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.5371994
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.076
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Dapat melihat nilai sig sebesar 0,089 yang artinya lebih besar dari 0,05 dan H_0 diterima. Maka disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas dan terikat yang digunakan dalam penelitian memiliki sebaran data yang normal, diperkuat pula pada hasil yang ditunjukkan oleh grafik normalitas P-P Plot regression.

Pada uji koefisien determinasi, peneliti menemukan besaran sumbangsih variabel independen terhadap variabel dependen, yang ialah sebesar 24%, terdapat 76% besaran pengaruh yang dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Untuk mencari tahu 76% pengaruh lainnya bisa diperoleh melalui studi lanjutan berikutnya untuk mencari tahu variabel apakah yang sekiranya memberikan sumbangsih lebih terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.490 ^a	.240	.230	3.560
a. Predictors: (Constant), X				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan pada hasil analisis koefisien determinasi antara variabel penanganan komunikasi interpersonal (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), nilai R Square yang didapatkan ialah sebesar 0,240 atau 24%. Sehingga dapat kita simpulkan bahwa pengaruh komunikasi interpersonal *customer service* terhadap kepuasan pelanggan PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin ialah sebesar 24 % dan sisanya yaitu 76% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji T Hipotesis Penelitian

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.154	4.344		3.718	.000
	Komunikasi Interpersona 1	.564	.115	.490	4.899	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Mengacu pada rumus $t \text{ tabel} = t(a/2 ; n-2)$ maka di dapatkan nilai t tabel sebesar 1.99167. Variabel X (Komunikasi Interpersona) memiliki hasil t hitung sebesar 4,899 > 1.99167 dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya “Komunikasi Interpersonal (variabel X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (variabel Y)”.

Terdapat lima dimensi yang dikaji melalui variabel komunikasi interpersonal dari *customer service* PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin, yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Terdapat dua hingga 3 pernyataan kuesioner yang mewakili masing-masing dimensi tersebut. Dari subjudul 4.5.1 terkait deskripsi data variabel komunikasi interpersonal, kita dapat menemukan persentase respon terbesar dari masing-masing responden penelitian berada pada respon “setuju” dan “sangat setuju”, hal ini menunjukkan bahwa *customer service* dari PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin dirasa telah memiliki aspek keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan yang sudah sewajarnya dimiliki dalam proses komunikasi interpersonal.

Deskripsi data variabel kepuasan pelanggan kita dapat melihat pula bahwa persentase respon terbanyak ialah pada respon “setuju” dan “sangat setuju” yang menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan proses komunikasi interpersonal yang terjalin antara mereka dengan *customer service* PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin. Adapun dimensi yang dikaji dalam variabel kepuasan pelanggan ialah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan biaya. Masing-masing dimensi diwakili oleh dua hingga 3 pernyataan dalam kuesioner.

Bila mengacu pada *expectancy disconfirmation theory*, sebuah teori turunan dari tradisi sosiopsikologi yang dijadikan sebagai *grand theory* dalam penelitian ini. Teori ini mengkaji tentang perilaku konsumen terutama dalam kepuasan konsumen. EDT memandang penilaian kepuasan tidak hanya ditentukan oleh kinerja dari sebuah produk atau jasa saja, tetapi juga pada ekspektasi atau harapan mereka sebelumnya. Individu akan melakukan perbandingan antara harapan atau ekspektasi mereka atas sebuah produk atau jasa berdasarkan apa yang mereka terima, berdasarkan *performance* dari produk tersebut. Teori ini mendeskripsikan reaksi dari pelanggan PT. SUCOFINDO atas pengalaman yang mereka rasakan setelah mendapatkan pelayanan dari *customer service* PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin.

Ekspektasi pelanggan akan sebuah layanan jasa dari seorang *customer service* ialah memiliki keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, serta menganggap bahwa mereka setara. Ekspektasi akan layanan yang baik tersebut bertemu dengan dimensi dari kualitas produk yang didapatkan, harga yang dikeluarkan konsumen, kualitas pelayanan, faktor emosional yang diterima, serta biaya tambahan yang tidak perlu dikeluarkan oleh konsumen. Ekspektasi tersebut bertemu dengan pengalaman pelanggan, sehingga mereka merasa puas dengan komunikasi interpersonal dari *customer service* PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin dengan mereka sebagai pelanggan.

D. Kesimpulan

Dari uraian diatas dan pengamatan penulis selama melakukan penelitian pada PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin maka penulis mengambil kesimpulan yaitu:

1. Menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari komunikasi interpersonal *customer service* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin. Setelah mengumpulkan data primer melalui kuesioner dan pengolahan data uji statistik, didapati bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari komunikasi interpersonal *customer service* PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin yang menghasilkan kepuasan dalam diri pelanggannya.
2. Adapun besaran pengaruh yang diberikan dari variabel X tersebut ialah sebesar 24%. Maka hipotesis dalam penelitian ini terpenuhi. Bila mengacu pada *expectancy disconfirmation theory*, individu akan membanding-bandingkan ekspektasi atau harapannya dengan apa yang mereka dapatkan. Dalam hal ini, pelayanan, terlebih faktor komunikasi interpersonal, baik sikap mendukung, empati, dan keterbukaan dari pihak *customer service* PT. SUCOFINDO Cabang Banjarmasin berhasil mendorong kepuasan dari pelanggannya. Melihat besaran pengaruh dari variabel komunikasi interpersonal ialah sebesar 24%, maka masih terdapat variabel lainnya di luar penelitian ini yang dapat memberikan sumbangsih pula yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

E. Daftar Pustaka

Buku

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Agus Eko Sujianto. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta : PT. Prestasi Pustaka
- Ardianto, E. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Armstrong, Kotler 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition* , England : Pearson Education, Inc
- Arni, Muhammad.2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Bungin. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana

- Daryanto, & Setyobudi, I. 2014. *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- DeVito, J. A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta, Karisma Publishing
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. 2008. *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, R. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Edisi 9. Salemba Humanika. Jakarta.
- Maulana & Gumelar. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Mulyadi. 2011. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murdiansyah, Herman. 2021. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Banjarmasin, UNISKA.
- Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Yogyakarta: Gava Media
- Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Thoha, Miftha. 2008. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Umar, Husein, 2002, "*Metodologi Penelitian*", *Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yoeti, OkaA. 2006. *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Jurnal

- Dyatmika Teddy, Afnan Dikhorir. 2018. Efektivitas Poster Kampanye Sosial Safety Riding dari Limbah Kain Batik untuk Mengubah Perilaku Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon dalam Berkendara. *Jurnal An-Nida*. Vol 10.No.2.
- Hardiyanti, Putri 2016. Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Psikoborneo* .Vol 4 No 2.