

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI CUSTOMER SERVICE KANTOR IMIGRASI KELAS I BANDUNG TERHADAP KEPUASAN INFORMASI PEMOHON PASPOR ONLINE

by Inne Wahyuning Zakiyyah

Submission date: 05-Aug-2019 12:42PM (UTC+0700)

Submission ID: 1157725609

File name: REVISI_ARTIKEL_INNEWZ_HUMAS4.docx (324.02K)

Word count: 3140

Character count: 21281

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI *CUSTOMER SERVICE* KANTOR IMIGRASI KELAS I BANDUNG TERHADAP KEPUASAN INFORMASI PEMOHON PASPOR *ONLINE*

Inne Wahyuning Zakiiyah

8
Komunikasi Konsentrasi Humas, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Komputer
Indonesia, Jalan Dipatiukur No. 112-116, Indonesia 40132

12
inneosom@gmail.com

Abstract

This study is aiming to determine the existence of interpersonal communication effectiveness on Customer Service at Bandung Immigration Office (1st Class) towards online Passport Applicants information satisfactory by analyzing confidence, immediacy, interaction management and expressiveness to perceptions and expectations of those online passport applicants information. The approach of this research is quantitative with a research method using the survey method with descriptive analysis techniques. Data collected through interviews, questionnaires, literature studies, and internet browsing. The population in this study was the online passport applicants from Bandung Immigration Office (1st Class). The sampling technique used was Simple Random Sampling which then obtained a sample size of 85 people. The results of this study indicated, there is significant positive influence between confidence, immediacy, interaction management, expressiveness to satisfactory, and there is significant positive between interpersonal communication effectiveness to perceptions and expectations of those online passport applicants information. The conclusion of the hypothesis testing study stated H₀ meaning is rejected and H_a meaning is accepted, also means there is a strong, direct and significant influences between interpersonal communication effectiveness at Bandung Immigration Office (1st Class) towards online Passport Applicants information satisfactory. Suggestion for this research is to maintain a good and effective way of communicating in serving those online passport applicants.

Keywords: Interpersonal Communication Effectiveness, Customer Service, Online Passport Applicants Information Satisfactory.

Abstrak

2
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online* dengan cara menganalisa kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, dan daya ekspresi terhadap persepsi dan harapan informasi pemohon paspor *online*. Pendekatan penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik analisa deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, angket, studi literatur, dan *internet searching*. Populasi dalam penelitian ini adalah pemohon paspor *online* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung. Teknik sampling yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yang kemudian diperoleh jumlah sampel sebesar 85 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, daya ekspresi terhadap kepuasan, dan ada pengaruh positif dan signifikan antara

efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap persepsi dan harapan informasi pemohon paspor *online*. **Kesimpulan penelitian** pengujian hipotesis menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh yang kuat, searah dan signifikan antara efektivitas komunikasi antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap kepuasan informasi Pemohon Paspor *Online*. **Saran penelitian** mempertahankan cara berkomunikasi antarpribadi yang baik dan efektif dalam melayani pemohon paspor *online*.

Kata kunci: Efektivitas Komunikasi Antarpribadi, *Customer Service*, Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*

2

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan adalah suatu standar ukuran dimana hal-hal yang dibutuhkan, diinginkan serta diharapkan oleh seseorang bisa tercapai. Kepuasan adalah kunci utama berhasilnya suatu pelayanan. Sedangkan kepuasan pelanggan merupakan tolok ukur faedah sebuah produk atau jasa yang dirasakan sebanding dengan harapan pelanggan.

Adanya kepuasan disini sangatlah berkaitan dengan komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dengan para pemohon paspor *online*.

Menurut Devito dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Antarmanusia, efektivitas komunikasi antarpribadi terbagi menjadi tiga perspektif diantaranya humanistik, pragmatis, dan sudut pandang kesetaraan. Di antara ketiga perspektif ini, komunikasi yang dilakukan oleh seorang *Customer Service* kepada pelanggan atau nasabahnya termasuk kedalam perspektif pragmatis yang meliputi kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, dan daya ekspresi atau pengungkapan.

Customer Service Kantor Imigrasi Kelas I Bandung, memiliki tugas pokok yaitu memberikan pelayanan informasi serta melayani segala bentuk *complain* yang diajukan oleh pemohon paspor *online*. Pemohon paspor *online* yang berhadapan

dengan *customer service* ini adalah mereka yang kurang mengerti atau bahkan tidak tahu cara mengaplikasikan pembuatan paspor dengan *website* maupun aplikasi yang telah disediakan pihak imigrasi. Setelah berkonsultasi pada *Customer Service*, sebagian besar dari mereka mampu memahami cara mengakses *website* dan aplikasi untuk membuat paspor *online*.

Pemohon paspor *online* yang berhadapan dengan *customer service* ini beragam, mulai dari kalangan remaja hingga lanjut usia. Namun berbeda dengan pemohon paspor *online* yang berusia remaja atau dewasa, biasanya pemohon paspor *online* yang sudah berusia lanjut terkadang masih kurang mengerti dengan sistem paspor *online* meski sudah berkonsultasi dengan *customer service*. Dalam hal ini, kepuasan informasi yang diperoleh pemohon paspor *online* menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti.

Berangkat dari latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah yaitu "Sejauhmana Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*?".

1.2 Identifikasi Masalah

1. Sejauhmana kepercayaan diri *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap kepuasan

- informasi pemohon paspor *online*?
2. Seauhmana **kebersatuan** *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap kepuasan informasi pemohon paspor *online*?
 3. Seauhmana **manajemen interaksi** *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap kepuasan informasi pemohon paspor *online*?
 4. Seauhmana **daya ekspresi** *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap kepuasan informasi pemohon paspor *online*?
 5. Seauhmana efektivitas komunikasi antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap **persepsi** informasi pemohon paspor *online*?
 6. Seauhmana efektivitas komunikasi antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap **harapan** informasi pemohon paspor *online*?
 7. Seauhmana **efektivitas komunikasi antarpribadi** *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap **kepuasan** informasi pemohon paspor *online*?

8 2. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1 Efektivitas Komunikasi Antarpribadi

Devito menjelaskan mengenai efektivitas komunikasi antarpribadi dalam sudut pandang atau ancangan pragmatis atau ancangan “keras” yang dipertimbangkan diantaranya adalah: kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, dan daya ekspresi. (Devito, 2011:285).

1. Kepercayaan Diri

Bisa dimaknai keberanian seseorang untuk melakukan sesuatu yang dianggapnya benar atau sikap positif yang membisakan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif baik terhadap diri pribadi ataupun situasi yang dihadapinya.

29

Namun sebaliknya seseorang yang tidak percaya diri sebisa mungkin akan menghindari situasi yang dihadapinya.

Komunikator yang efektif memiliki kepercayaan diri sosial. Mereka bersikap fleksibel, tidak kaku, terkendali, dan tidak gugup sehingga perasaan cemas tidak dengan mudah dilihat orang lain.

2. Kebersatuan

Secara nonverbal mengkomunikasikan kebersatuan dengan melakukan kontak mata yang patut, kedekatan psikologis, serta sosok tubuh yang langsung dan terbuka. Kebersatuan secara verbal dikomunikasikan dengan berbagai cara seperti menyebut nama lawan bicara, menggunakan kata ganti yang mencakup, memberikan umpan balik yang relevan, memusatkan perhatian, menghargai atau memuji lawan bicara, menyertakan diri kedalam pernyataan bersifat evaluative.

3. Manajemen Interaksi

Dalam manajemen interaksi yang efektif, tidak seorangpun merasa diabaikan atau merasa menjadi tokoh penting. Manajemen interaksi yang efektif menyalurkan pesan-pesan verbal yang saling bersesuaian dan saling memperkuat.

4. Daya Ekspresi

Mengacu pada keterampilan mengkomunikasikan keterlibatan tulus dalam interaksi pribadi. Dalam situasi konflik, daya ekspresi meliputi ikut berkelahi secara aktif menyatakan kontra, bukan berkelahi secara pasif, menarik diri atau melemparkan tanggung jawab pada orang lain.

17

2.2 Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. (Gerson, 2002:3)

1. Persepsi yaitu kesan penilaian pelanggan terhadap produk atau pelayanan suatu jasa.
2. Harapan yaitu pernyataan keinginan yang terpenuhi akan hasil yang dirasakan pelanggan berkaitan dengan produk atau pelayanan suatu jasa.

16 **Gambar 2.2 Kerangka Konseptual**



Sumber: *Pemikiran Peneliti*, 2019

4 3. Objek dan Metode Penelitian

3.1 Metode Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, peneliti mengadakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei serta teknik analisis deskriptif.

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian, fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuannya adalah mengembangkan dan menggunakan model-model mathematic, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan.

18 Metode survei adalah metode pengumpulan data primer dengan cara memperoleh secara langsung dari sumber lapangan penelitian. 16 ta diperoleh melalui kuesioner dan wawancara baik

lisan atau tertulis secara tatap muka antara peneliti dengan responden.

Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian” (Riduwan, 2008:27).

Populasi pada penelitian ini berasal dari data pemohon paspor online yang mendatangi Kantor Imigrasi Kelas I Bandung bagian loket informasi yaitu sebanyak 13550.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sebagai objek penelitian. Maka dari itu, responden yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Hasil pengukuran atau karakteristik dari sampel disebut statistic. Pengambilan sampel diperlukan karena adanya keterbatasan waktu, tenaga dan dana, memudahkan dan mempercepat, memberikan informasi lebih spesifik.

Penelitian ini menggunakan teknik Simple Random Sampling.

3 Cara pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan Rumus Yamane. Kemudian berdasarkan hasil hitung menggunakan Rumus Yamane diperoleh hasil sampel penelitian sebesar 84,6 yang kemudian dibulatkan menjadi 85 responden.

Teknik pengumpulan data penelitian ini meliputi study literature, internet searching, angket, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam analisa kuantitatif terdiri dari tiga alur yaitu penyeleksian data, pengkodean dan tabulasi data. Selanjutnya dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

5 Dalam pengolahan data, peneliti menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Soution). Pada uji statistic digunakan analisis regresi linier sederhana. Untuk menganalisis pengaruh, digunakan koefisien dererminasi (KD) antara variabel x dan y. Dalam menguji hipotesis peneliti menggunakan rumus uji t.

4. Hasil dan Pembahasan

Tabel 4.28

Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi

Pengaruh	Besar Regresi	Besar Pengaruh	Besar Pengaruh Faktor Lain	t _{hitung}	Kesimpulan
X ₁ - Y	0,962	46,80%	53,20%	8,543	H ₀ ditolak dan H _a diterima (Ada pengaruh)
X ₂ - Y	0,381	41,60%	58,40%	7,692	H ₀ ditolak dan H _a diterima (Ada pengaruh)
X ₃ - Y	1,023	21,60%	78,40%	4,788	H ₀ ditolak dan H _a diterima (Ada pengaruh)
X ₄ - Y	1,425	51,60%	48,40%	9,406	H ₀ ditolak dan H _a diterima (Ada pengaruh)
X - Y ₁	0,180	69,80%	30,20%	13,851	H ₀ ditolak dan H _a diterima (Ada pengaruh)
X - Y ₂	0,168	46,60%	53,40%	8,510	H ₀ ditolak dan H _a diterima (Ada pengaruh)
X - Y	0,348	61,80%	38,20%	11,581	H ₀ ditolak dan H _a diterima (Ada pengaruh)

Sumber: Analisa Peneliti, Juli 2019

4.1 Kepercayaan Diri *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa sebanyak **64 responden** atau **75%** menyatakan setuju mengenai cara bersikap *Customer Service*. Berarti *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap sudah bersikap fleksibel, tidak kaku, dan terkendali dalam melayani pemohon paspor *online*.

Sebanyak **58 responden** atau **68%** menyatakan setuju mengenai cara bicara *Customer Service*. Berarti gaya bicara *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap sudah meyakinkan, lugas, dan dapat dipercaya dalam melayani pemohon paspor *online*.

Sebanyak **58 responden** atau **68%** menyatakan setuju mengenai cara berpenampilan *Customer Service*. Berarti *Customer Service* sudah berpenampilan sesuai dengan

pekerjaannya sebagai *Customer Service* di Kantor Imigrasi Kelas I Bandung.

Maka kepercayaan diri *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online* mempunyai regresi sebesar **0,962**, sedangkan besarnya pengaruh **46,80%** dan pengaruh dari faktor lain sebesar **53,20%**. Selain itu, $t_{hitung} (8,543) \geq t_{tabel} (1,663)$.

Dilihat dari hasil penelitian, ada pengaruh cukup kuat, searah dan signifikan pada kepercayaan diri *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online* namun besarnya pengaruh hanya **46,80%** dan pengaruh dari faktor lain **53,20%**.

Hasil uji hipotesis menyatakan H_a diterima yang berarti ada pengaruh Kepercayaan Diri *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*.

4.2 Kebersatuan *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa sebanyak **56 responden** atau **66%** menyatakan setuju mengenai kedekatan psikologis *Customer Service*. Berarti *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap sudah melakukan kedekatan psikologis dengan cara melakukan memelihara kontak mata ketiak melayani pemohon paspor *online*.

Sebanyak **55 responden** atau **65%** menyatakan setuju mengenai umpan balik relevan *Customer Service*. Berarti *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap sudah memberikan respon

yang relevan dalam melayani pemohon paspor *online*.

Sebanyak **51 responden** atau **60%** menyatakan setuju mengenai pemusatan perhatian *Customer Service*. Berarti *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap sudah memusatkan perhatian ketika melayani pemohon paspor *online*.

Sebanyak **53 responden** atau **62%** menyatakan setuju mengenai sikap menghargai yang dilakukan *Customer Service*. Berarti *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap sudah menghargai perbedaan sudut pandang dengan pemohon paspor *online*.

Maka kebersatuan *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online* mempunyai regresi sebesar **0,581**, sedangkan besarnya pengaruh **41,60%** dan pengaruh dari faktor lain sebesar **58,40%**. Selain itu, $t_{hitung} (7,692) \geq t_{tabel} (1,663)$.

Dilihat dari hasil penelitian, ada pengaruh cukup kuat, searah dan signifikan pada kepercayaan diri *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online* namun besarnya pengaruh hanya **41,60%** dan pengaruh dari faktor lain **58,40%**.

Hasil uji hipotesis menyatakan H_0 diterima yang berarti ada pengaruh Kebersatuan *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*.

4.3 Manajemen Interaksi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa sebanyak **64 responden** atau **75%** menyatakan

setuju mengenai *Customer Service* mengendalikan interaksi. Berarti *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap sudah mampu mengendalikan arah pembicaraan ketiak melayani pemohon paspor *online*.

Sebanyak **64 responden** atau **75%** menyatakan setuju mengenai *Customer Service* melayani dengan adil. Berarti *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap membuat pemohon paspor *online* tidak merasa diabaikan atau paling dipentingkan saat meminta informasi atau mengajukan keluhan, misalnya karena jabatan tertentu pemohon paspor *online*.

Maka manajemen interaksi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online* mempunyai regresi sebesar **1,023**. Sedangkan besarnya pengaruh **21,60%** dan pengaruh dari faktor lain sebesar **78,40%**. Selain itu, $t_{hitung} (4,788) \geq t_{tabel} (1,663)$.

Dilihat dari hasil penelitian, ada pengaruh yang lemah, searah dan signifikan antara manajemen interaksi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online* dengan besar pengaruh **21,60%** dan pengaruh dari faktor lain sebesar **78,40%**.

Hasil uji hipotesis menyatakan H_0 diterima yang berarti ada pengaruh Manajemen Interaksi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*.

4.4 Daya Ekspresi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa sebanyak **66 responden** atau **78%** menyatakan

setuju mengenai ekspresi *Customer Service* dalam melayani keluhan. Berarti *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap memberikan ekspresi yang baik ketika melayani keluhan yang disampaikan oleh pemohon paspor *online*.

Sebanyak **60 responden** atau **71%** menyatakan setuju mengenai ekspresi *Customer Service* dalam memberikan informasi. Berarti *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap memberikan ekspresi yang baik ketika memberikan informasi kepada oleh pemohon paspor *online*.

Maka daya ekspresi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online* mempunyai regresi sebesar **1,425**, sedangkan besarnya pengaruh **51,60%** dan pengaruh dari faktor lain sebesar **48,40%**. Selain itu, $t_{hitung} (9,406) \geq t_{tabel} (1,663)$.

14 Dilihat dari hasil penelitian, ada pengaruh yang cukup kuat, searah dan signifikan antara daya ekspresi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online* dengan besarnya pengaruh **51,60%** dan pengaruh dari faktor lain **48,40%**.

Hasil uji hipotesis menyatakan H_a diterima yang berarti ada Pengaruh Daya Ekspresi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*.

4.5 Efektivitas Komunikasi Antar pribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Persepsi Informasi Pemohon Paspor *Online*

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa sebanyak **62 responden** atau **73%** menyatakan setuju mengenai kesan suka atau tidak

suka pemohon paspor *online*. Berarti pemohon paspor *online* yang mendatangi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung dianggap menyukai keseluruhan pelayanan yang dilakukan oleh *Customer Service* mulai dari cara menjelaskan informasi, gaya bicara, hingga penampilan.

Sebanyak **62 responden** atau **73%** menyatakan setuju mengenai perasaan puas atau tidak puas pemohon paspor *online*. Berarti paspor *online* yang mendatangi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung merasa puas atas pelayanan yang dilakukan oleh *Customer Service* mulai dari menjelaskan informasi hingga melayani keluhan.

Maka Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap persepsi Informasi Pemohon Paspor *Online* mempunyai regresi sebesar **0,180**, sedangkan besarnya pengaruh **69,80%** dan pengaruh dari faktor lain sebesar **30,20%**. Selain itu, $t_{hitung} (13,851) \geq t_{tabel} (1,663)$.

Dilihat dari hasil penelitian, ada pengaruh yang kuat, searah dan signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Persepsi Informasi Pemohon Paspor *Online* dengan besar pengaruh **69,80%** dan pengaruh dari faktor lain sebesar **30,20%**.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa H_a diterima yang berarti ada Pengaruh Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Persepsi Informasi Pemohon Paspor *Online*.

4.6 Efektivitas Komunikasi Antar pribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Harapan Informasi Pemohon Paspor *Online*

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa sebanyak **62 responden** atau **73%** menyatakan setuju mengenai terpenuhinya kebutuhan informasi pemohon paspor *online*. Berarti pemohon paspor *online* yang mendatangi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung merasa kebutuhan informasinya mengenai prosedur pembuatan paspor *online* terpenuhi setelah bertanya kepada *Customer Service*.

Sebanyak **54 responden** atau **64%** menyatakan setuju mengenai terpenuhinya solusi mengatasi keluhan pemohon paspor *online*. Berarti paspor *online* yang mendatangi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung merasa merasa keluhannya mengenai prosedur pembuatan paspor *online* terselesaikan setelah bertanya kepada *Customer Service*.

Maka Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap persepsi Informasi Pemohon Paspor *Online* mempunyai regresi sebesar **0,168**, sedangkan besarnya pengaruh **46,60%** dan pengaruh dari faktor lain sebesar **53,40%**. Selain itu, $t_{hitung} (8,510) \geq t_{tabel} (1,663)$.

Dilihat dari hasil penelitian, ada pengaruh yang cukup kuat, searah dan signifikan pada Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung terhadap Persepsi Informasi Pemohon Paspor *Online* dengan besar pengaruh **46,60%** dan pengaruh dari faktor lain sebesar **53,40%**.

Hasil uji hipotesis menyatakan H_a diterima yang berarti ada Pengaruh Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Persepsi Informasi Pemohon Paspor *Online*.

4.7 Efektivitas Komunikasi Antar pribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap

Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*

Berdasarkan hasil analisa table hasil rekapitulasi analisis regresi, Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*, mempunyai regresi sebesar **0,348**, sedangkan besarnya pengaruh **61,80%** dan pengaruh dari faktor lain sebesar **38,20%**. Selain itu, $t_{hitung} (11,581) \geq t_{tabel} (1,663)$.

Dilihat dari hasil penelitian, ada pengaruh yang kuat, searah dan signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online* namun besarnya pengaruh sebesar **61,80%** dan pengaruh dari faktor lain **38,20%**. Ini membuktikan bahwa komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh *Customer Service* memiliki pengaruh dan memiliki dampak yang kuat terhadap kepuasan informasi pemohon paspor *online*.

Hasil uji hipotesis menyatakan H_a diterima yang berarti ada pengaruh signifikan dan positif pada Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*.

3. Kesimpulan dan Rekomendasi

5.1 Kesimpulan

1. Ada pengaruh yang cukup kuat, searah dan signifikan antara Kepercayaan Diri *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*.
2. Ada pengaruh yang cukup kuat, searah dan signifikan pada Kebersatuan *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung

- Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*.
3. Ada pengaruh yang lemah, searah dan signifikan antara Manajemen Interaksi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*.
 4. Ada pengaruh yang cukup kuat, searah dan signifikan pada Daya Ekspresi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*.
 5. Ada pengaruh yang kuat, searah dan signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Persepsi Informasi Pemohon Paspor *Online*.
 6. Ada pengaruh yang cukup kuat, searah dan signifikan pada Efektivitas Komunikasi Antar pribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Harapan Informasi Pemohon Paspor *Online*.
 7. Ada pengaruh yang kuat, searah dan signifikan antara Efektivitas Komunikasi Antarpribadi *Customer Service* Kantor Imigrasi Kelas I Bandung Terhadap Kepuasan Informasi Pemohon Paspor *Online*.

3.2 Saran

Customer Service Kantor Imigrasi Kelas I Bandung diharapkan dapat mempertahankan cara berkomunikasi antarpribadi yang baik dan efektif dalam melayani pemohon paspor *online*.

4

Daftar Pustaka

Achmad, Engkos dan Riduwan. 2008. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta

2

Devito, Joseph. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group

2

Gerson, Richard F. 2002. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI CUSTOMER SERVICE KANTOR IMIGRASI KELAS I BANDUNG TERHADAP KEPUASAN INFORMASI PEMOHON PASPOR ONLINE

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	tikavemeutia.blogspot.com Internet Source	2%
2	id.123dok.com Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	1%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	elib.unikom.ac.id Internet Source	1%
6	hellohellohellomuach.blogspot.com Internet Source	1%
7	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universiti Teknikal Malaysia Melaka Student Paper	1%

9	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
10	photografi-jalanan.blogspot.com Internet Source	1%
11	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
12	www.scribd.com Internet Source	1%
13	a-research.upi.edu Internet Source	1%
14	repository.maranatha.edu Internet Source	<1%
15	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1%
16	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1%
17	media.neliti.com Internet Source	<1%
18	anzdoc.com Internet Source	<1%
19	adoc.tips Internet Source	<1%
20	id.scribd.com	

Internet Source

<1%

21

ejournal.bsi.ac.id

Internet Source

<1%

22

eprints.umk.ac.id

Internet Source

<1%

23

takihumasunj.com

Internet Source

<1%

24

journal.uta45jakarta.ac.id

Internet Source

<1%

25

repository.unhas.ac.id

Internet Source

<1%

26

kikiduffy.blogspot.com

Internet Source

<1%

27

leonarddharmawan.wordpress.com

Internet Source

<1%

28

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas
Indonesia

Student Paper

<1%

29

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

<1%

30

Prabawati Sinta. "Hubungan Perilaku 3M Plus Masyarakat Dengan Kejadian DBD Di Wilayah Kerja Puskesmas Gambirsari Surakarta", Jurnal

<1%

Ilmiah Kesehatan Media Husada, 2018

Publication

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On