DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN…….....	i
SURAT PERNYATAAN ……...	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN ……	iii
ABSTRAK ……..	iv
ABSTRACT ……	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI …….....	xi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR LAMPIRAN ……	xxvii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian …….....	1
1.2 Indentifikasi Masalah …….....	15
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian …….	16
1.3.1 Maksud Penelitian	16
1.3.2 Tujuan Penelitian	17
1.4 Kegunaan Penelitian …….	19
1.4.1 Kegunaan Teoritis	19
1.4.2 Kegunaan Praktis	19

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka 21

2.1.1 Tinjuan Penelitian Terdahulu 21

2.1.2 .Tinjauan Tentang Komunikasi 24

2.1.1.1 Pengertian Komunikasi ……... 24

2.2.1.2 Unsur–Unsur Komunikasi 26

2.2.1.3 Proses Komunikasi 27

2.2.1.4 Fungsi Komunikasi 31

2.1.1.5 Tujuan Komunikasi 32

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpersona 33

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi AntarPersona 33

2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Antarpesona 34

2.1.3.3 Ciri-ciri Komunikasi Antarpersona 35

2.1.3.4 Sifat Komunikasi Antarpersona 36

2.1.4 Tinjauan Tentang *Customer Service* 41

2.1.4.1 Pengertian *Customer Service* 41

2.1.4.2 Karekteristik *Customer Service*..... 43

2.1.4.3 Prinsip-Prinsip *Customer Service*..... 43

2.1.5 Tinjauan Tentang Efektivitas..... 46

2.1.5.1 Pengertian Efektivitas..... 46

2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang Memperngaruhi Efektivitas..... 46

2.1.5.3 Efektivitas Komunikasi Antarpersona 47

2.1.6 Tinjauan Tentang Kepuasan Pelanggan 50
2.1.6.1 Pengertian Kepuasan Pelangan 50
2.1.6.2 Tujuan Kepuasan Pelanggan 51
2.1.6.3 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan 53
2.2 Kerangka Pemikiran 54
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 54
2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual 61
2.3 Hipotesis 63
BAB III : OBJEK DAN METODE PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian 68
3.1 1 Sejarah Dan Perkembangan PT. Pos Indoneseia 68
3.1.2 Sejarah *Pos Express* 70
3.1.3 Visi Dan Misi PT. Pos Indonesia (Persero) 73
A. Visi PT. Pos Indonesia (Persero) 73
B. Misi PT. Pos Indonesia (Persero) 73
3.1.4 Logo Dan Arti Logo PT. Pos Indonesia (Persero) 73
A. Logo PT. Pos Indonesia (Persero) 73
B. Arti Logo PT. Pos Indonesia (Persero) 74
3.1.5 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) 77
3.1.6 Struktur Organisasi *Pos Express* 78
3.1.7 Job Deskripsi Struktur Organisasi *Pos Express* 80
3.2 Metode Penelitian 82
3.2.1 Desain Penelitian 82
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 83

3.2.3.1 Studi Pustaka 83
3.2.3.2 Studi Lapangan 84
3.2.3 Populasi Dan Teknik Penarikan Sampel 85
A. Populasi 85
B. Sampel 87
3.2.4 Oprasional Variabel 89
3.2.5 Teknik Analisa Data 92
3.2.5.1 Uji Validitas 93
3.2.5.2 Uji Reabilitas 94
3.2.5.3 Uji Statistik Penelitian 95
3.2.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian 98
3.2.6.1 Lokasi Penelitian 98
3.2.6.2 Waktu Penelitian 98
BAB 1V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Uji Validitas dan Reabilitas 103
4.1.1 Uji Validitas 103
4.1.2 Uji Reabilitas 105
4.2 Analisis Deskriptif Identitas Responden 106
4.2.1 Usia Responden 106
4.2.2 Jenis Kelamin Responden 107
4.2.3 Pekerjaan Responden 108
4.2.4 Pendidikan Terakhir Responden 109
4.2.5 Berapa Kali Responden menggunakan layanan jasa PT. Pos Indonesia (Persero) pada produk *Pos Express*..... 110

4.3 Analisis Deskriptif Hasil Peneliti 111

4.3.1 Keterbukaan X_1 111

4.3.2. Empati X_2 115

4.3.3. Sikap Mendukung X_3 118

4.3.4. Sikap Positif X_4 121

4.3.5. Kesetaraan X_5 123

4.3.6. Kualitas Produk Y_1 126

4.3.7. Kualitas Pelayanan Y_2 129

4.3.8. Citra Produk Y_3 132

4.3.9 Harga Y_4 135

4.3.10. Kemudahan Memperoleh Produk Y_5 138

4.3.11 Variabel Efektivitas Komunikasi Antarpersona 141

4.3.12 Variabel Kepuasan 142

4.4 Analisis Korelasi *Rank Spearman* 150

4.4.1 Hubungan Antara Keterbukaan Dengan Kepuasan 151

4.4.2 Hubungan Antara Empati Dengan Kepuasan 153

4.4.3 Hubungan Antara Sikap Mendukung Dengan Kepuasan 155

4.4.4 Hubungan Antara Sikap Positif Dengan Kepuasan 157

4.4.5 Hubungan Antara Kesetaraan Dengan Kepuasan 159

4.4.6 Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona Dengan Kualitas produk 161

4.4.7 Hubungan Anatara Efektivitas Komunikasi Antarpersona Dengan Kualitas Pelayanan 164

4.4.8 Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona Dengan Citra Produk 166

4.4.9 Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona Dengan Harga 168

4.4.10 Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona Dengan Kemudahaan 171

4.4.11 Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Antarpersona Dengan Kepuasan 173

4.5 Pembahasaan Hasil Penelitian 176

4.5.1 Pembahasan Keterbukaan *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kepuasaan mereka pada pengiriman Paket dan Surat 179

4.5.2 Pembahasan Empati *Customer Service* PT. Pos indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kepuasaan mereka pada pengiriman Paket dan Surat 180

4.5.3 Pembahasan Sikap Mendukung *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kepuasaan mereka pada pengiriman Paket dan Surat 181

4.5.4 Pembahasan Sikap Positif *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kepuasaan mereka pada pengiriman Paket dan Surat 182

4.5.5 Pembahasan Kesetaraan *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kepuasaan mereka pada pengiriman Paket dan Surat 183

4.5.6 Pembahasan Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kualitas Produk mereka pada pengiriman Paket dan surat 186

4.5.7 Pembahasan Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kualitas Pelayanan mereka pada pengiriman Paket dan surat 187

4.5.8Pembahasan Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Citra Produk mereka pada pengiriman Paket dan surat 188

4.5.9 Pembahasan Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Harga mereka pada pengiriman Paket dan surat 190

4.5.10Pembahasan Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kemudahan memperoleh Produk mereka pada pengiriman Paket dan surat 191

4.5.11Pembahasan Efektivitas Komunikasi Antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kepuasan mereka pada pengiriman Paket dan surat 192

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 193

5.2 Saran 196

5.2.1 Saran Bagi Perusahan 196

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 197

DAFTAR PUSTAKA 198

LAMPIRAN-LAMPIRAN 202

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 247