ABSTRAK

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPERSONA *CUSTOMER SERVICE* PT. POS INDONESIA (PERSERO) BANDUNG KEPADA PELANGGAN *POS EXPRESS* TERHADAP KEPUASAN MEREKA PADA JASA PENGIRIMAN PAKET DAN SURAT.

Oleh :
GALIH LUGINAWATI
NIM : 41809106

Skripsi ini di bawah bimbingan :
Desayu Eka Surya, S.Sos , M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas komunikasi antarpersona *Customer Service* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung kepada pelanggan tentang *Pos Express* Terhadap Kepuasan mereka pada pengiriman paket dan surat. Untuk menjawab tujuan penelitian diatas maka peneliti mengangkat indikator Keterbukaan, Empati, Sikap Mendukung, Sikap Positif Kesetaraan untuk mengukur **Efektivitas Komunikasi Antarpersona** (Variabel X) dan mengangkat indikator Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Produk, Harga, Kemduhan memperoleh produk untuk mengukur **Kepuasan** (Variabel Y)

Pendekatan penelitian adalah kuantitatif, metode penelitian adalah metode *survey* dengan teknik analisa deskriptif teknik pengumpulan data adalah angket dan wawancara, Internet *Searching*, dan studi pustaka, populasi di sini adalah pelanggan *pos express* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung. Sampel sebanyak 74 pelanggan diperoleh dengan Teknik sampling *acak distratifikasi Random Sampling*.Teknik Analisis dilakukan dengan perhitungan statistik dengan menggunakan komputer melalui program SPSS 20.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa **keterbukaan (X_1)**dengan **kepuasan** pelanggan 6,83% adalah lemah, valid, searah dan signifikan. **Emapati(X_2)** dengan **kepuasaan** pelanggan 21,09 % sedang, valid searah dan signifikan, **Sikap Mendukung (X_3)** dengan **kepuasan** pelanggan 37,00% kuat,valid, searah dan signifikan, **Sikap Positif(X_4)** dengan **kepuasan** pelanggan 30,83% sedang, valid, searah dan signifikan, **kesetaraan (X_5)** dengan **kepuasan** pelanggan 42,05% kuat, valid, searah dan siginfikan, **Efektivitas Komunikasi Antarpersona** dengan **Kualitas produk (Y_1)**19,17% sedang,valid, searah dan signifikan, **Efektivitas komunikasi antarpersona** dengan **Kualitas pelayanan(Y_2)**18,56% sedang, valid searah dan siginifikan, **Efektivitas komunikasi antarpersona** dengan **Citra Produk (Y_3)** 37,81% kuat, valid searah dan siginifikan**, Efektivitas komunikasi antarpersona** dengan **harga** (Y_4) 20,41%, sedang, valid dan siginfikan, **Efektivitas komunikasi antarpersona** dengan **kemudahan memperoleh produk (Y_5)**, 26,22%, Sedang, valid, dan signifikan.

Kesimpulan, Penelitian Efektivitas komunikasi antarpersona terhadap kepuasaan pelanggan yang kuat, valid, searah dan signifikan.

Saran dari peneliti adalah tingkat promosi tentang *pos express* lebih di tinggkatkan kembali dengan cara penyebaran brosur, atau dengan memasang iklan di berbagai media masaa dan cetak, sehingga masyarakat lebih mengetahui apa itu *pos express*.

Kata Kunci : Efektivitas Komunikasi, Kepuasan, Keterbukaan, Empati, Sikap Mendukung, Sikap positif, Kesetaraan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Produk, Kemudahan memperoleh Produk