ABSTRAK

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTAR PERSONA *CUSTOMER SERVICE* PT. POS INDONESIA KANTOR CABANG BANDUNG TERHADAP LOYALITAS PELANGGANNYA PERIODE MARET 2011

Oleh :
Trisna Juliansyah
NIM. 41807098

Penelitian ini dibawah bimbingan:
Iin Rahmi H.. S.Sos., M.I.Kom

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana Efektivitas Komunikasi Antar Persona *Customer Service* PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Bandung Terhadap Loyalitas Pelanggannya Periode Maret 2011. Untuk menjawab masalah diatas peneliti menganalisa tingkat Keterbukaan, Empati, Sikap Mendukung, Sikap Positif, Kesetaraan, Pemanfaatan jasa berulang, Pembelian antar lini produk dan jasa, Mereferensikan kepada orang lain,dan Menunjukan kekebalan tarikan dari pesaing.

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik analisa deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, angket, studi pustaka, dan *internet searching*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Pos Indonesia yang berkunjung ke bagian *Customer Service* PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Bandung yang kemudian diperoleh jumlah sampel sebesar 55 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Teknik analisa data yang digunakan adalah penyeleksian data, klasifikasi data, *coding book, coding sheet*, mentabulasikan data, olah dan analisa data menggunakan program SPSS 13.

Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh antara indikator dan variabel, Korelasi Keterbukaan dengan Loyalitas Pelanggan adalah 0,368 signifikan, searah. Korelasi Empati dengan loyalitas pelanggan adalah 0,514 signifikan, searah, Korelasi Sikap Mendukung dengan loyalitas pelanggan adalah 0,585 signifikan, searah. Korelasi Sikap Positif dengan loyalitas pelanggan adalah 0,551, signifikan, searah. Korelasi Kesetaraan dengan loyalitas pelanggan adalah 0,407 signifikan, searah.Korelasi Efektivitas dengan pemanfaatan jasa berulang adalah 0,734 signifikan, searah. Korelasi Efektivitas dengan pembelian antarlini adalah 0,688 signifikan, searah. Korelasi Efektivitas dengan mereferensikan kepada orang lain adalah 0,698 signifikan, searah. Korelasi Efektivitas dengan Menunjukan kekebalan tarikan peasing adalah 0,722 signifikan, searah. Korelasi Efektivitas dengan Loyalitas pelanggan adalah 0,892 signifikan dan searah.

Kesimpulannya menunjukan terdapat pengaruh antara Efektivitas Komunikasi Antar Persona *Customer Service* PT.Pos Indonesia Kantor Cabang Bandung terhadap Loyalitas Pelanggannya Periode Maret 2011 sebesar 79,56% sisanya dipengaruhi faktor lain.Jadi Ho ditolak H1 diterima. Pengaruh kuat, signifikan dan searah.

Saran peneliti, *Customer Service* PT. Pos Indonesia mampu meningkatkan kemampuan berkomunikasi yang baik, sopan, siap menghadapi keluhan dari pelanggan dengan mengikuti pelatihan pelatihan.

ABSTRACT

EFFECTIVENESS OF INTERPERSONAL COMMUNICATION CUSTOMER SERVICE PT. POS INDONESIA BANDUNG BRANCH OFFICE OF LOYALTY CUSTOMERS

By :
Trisna Juliansyah
NIM. 41807098

This study under the guidance of:
Iin Rahmi H.. S.Sos., M.I.Kom

The aim of this study was to determine the extent of effectiveness of Interpersonal Communication Customer Service PT. Pos Indonesia Bandung Branch Office Of Loyalty Customers. To answer the above problem the researchers analyzed the levels of Openness, Empathy, Attitudes Supports, Positive Attitude, Equality, repeated use of services, inter-line purchases of products and services, Refer to others, and showed the tug immunity from competitors.

Approach this research uses quantitative approach, while the research method used method survey with descriptive analysis techniques. Data collected technique in this research used interviews, questionnaires, literature, and internet searching. The population in this study is a customer of PT. Pos Indonesia to visit the Customer Service PT. Pos Indonesia Bandung Branch Office who then obtained the number of samples by 55 people. Sampling technique used Accidental Sampling. Data analysis techniques used data selection, data classification, coding book and coding sheets, tabulating data, data analysis process the data using SPSS 13.

The results showed the influence of indicators and variables, the correlation of Openness with Customer Loyalty is a significant 0.368, unidirectional. The correlation of Empathy with customer loyalty is a significant 0.514, direction, The correlation of attitude Supports with customer loyalty is a significant 0.585, unidirectional. The correlation Attitude Positive with customer loyalty is 0.551, significant, unidirectional. The correlation Equality with customer loyalty is a significant 0.407, unidirectional. Correlation of Effectiveness with service utilization is 0.734 significant recurrent, unidirectional. Correlation of Effectiveness with the purchase of 0.688 between the lines is significant, unidirectional.. Correlation of Effectiveness by referring to others is a significant 0.698, unidirectional. Correlation of Effectiveness with immune Indicates significant traction peasing is 0.722, the same direction. Correlation of Effectiveness with customer loyalty is 0.89, significant and direction.

The conclusion shows there is influence between the effectiveness of Interpersonal Communication Customer Service PT.Pos Indonesia Bandung Branch Office of Loyalty Customers Periode March 2011 for the remaining 79.56% influenced by other factors. So Ho is rejected H1 accepted. Strong influence, significant and unidirectional.

Advice from researchers, Customer Service PT. Pos Indonesia is able to enhance good communication skills, polite, ready to face complaints from customers with training.