

ABSTRAK

Kemampuan manusia dalam berkomunikasi sangatlah penting, komunikasi diperlukan untuk menciptakan hubungan yang baik antar individu. Komunikasi *interpersonal* merupakan salah satu bentuk komunikasi. Dalam sektor perbankan, komunikasi *interpersonal* sangat diperlukan untuk menjalin hubungan yang baik dengan nasabah. *Customer service officer* merupakan orang yang berhubungan secara langsung dengan nasabah. Hingga Desember 2022, BCA Mobile telah digunakan sebanyak 26,6 juta pengguna. Hal ini didorong karena inovasi BCA dalam menyediakan layanan pembukaan rekening *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan besaran pengaruh komunikasi *interpersonal customer service* terhadap kepuasan nasabah pembukaan rekening *online* di BCA Mobile. Penelitian menggunakan variabel komunikasi *interpersonal customer service* (X) dan kepuasan nasabah (Y). Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan deskriptif yang dikaji secara kuantitatif dengan mengumpulkan tanggapan dari 100 responden yang merupakan nasabah pembukaan rekening *online* di BCA Mobile. Dari hasil pengolahan data menggunakan analisis regresi linear sederhana, didapatkan nilai t hitung (50,843) > t tabel (1,984) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, serta koefisien determinasi sebesar 96,3%. Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi *interpersonal customer service* berpengaruh secara positif dan signifikan, serta memberi kontribusi sebesar 96,3% terhadap kepuasan nasabah pada pembukaan rekening *online* di BCA Mobile, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya berasal dari luar penelitian ini.

Kata kunci : Komunikasi *Interpersonal*, Layanan Pelanggan, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

The ability of humans to communicate is very important, communication is needed to create good relationships between individuals. Interpersonal communication is one form of communication. In the banking world, interpersonal communication is needed to establish good relationships with customers. Customer service is a person who deals directly with customers. As of December 2022, BCA Mobile has been used by 26.6 million users. This was driven by BCA's innovation in providing online account opening services. This study aims to determine the effect and magnitude of the influence of customer service interpersonal communication on customer satisfaction in opening online accounts at BCA Mobile. The study used customer service interpersonal communication variables (X) and customer satisfaction (Y). The method used in this research is descriptive analysis which is studied quantitatively by collecting responses from 100 respondents who are online account opening customers at BCA Mobile. From the results of data processing, the calculated t value (50.843) > from t table (1.984) and a significance value of ($0.000 < 0.05$), and the coefficient of determination of 96.3%. Based on the results of hypothesis testing, it can be concluded that the customer service interpersonal communication variable has a positive and significant effect, and contributes 96.3% to customer satisfaction in opening an online account at BCA Mobile, while the rest is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Interpersonal Communication, Customer service, Customer Satisfaction.