

## **PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL COSTUMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN JASA TELKOMCEL PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA INTERNATIONAL DI TIMOR LESTE**

**Emiliano Gusmão da Costa e Silva, Yuliani Rachma Putri**

Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

Email: emilianoesilva@student.telkomuniversity.ac.id, yuliani.nurrahman@gmail.com

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh komunikasi interpersonal customer service mempengaruhi kepuasan pelanggan pada layanan jasa PT. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste) Telkomcel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami besarnya dampak komunikasi interpersonal pada kepuasan pelanggan Layanan jasa PT. Telekomunikasi Indonesia Internasional (Timor Leste) Telkomcel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif. Untuk pengambilan sampel menggunakan jenis metode probability sampling jenis simple random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk menganalisis data. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh baik dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste) Telkomcel, demikian temuan studi tersebut, Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 63,52% sedangkan sisanya 36,48% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** komunikasi interpersonal, customer service, kepuasan pelanggan

### **Abstract**

*This study was conducted to determine how the influence of customer services' interpersonal communication affects customer satisfaction in the services of PT. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste) Telkomcel. The purpose of this study was to determine and understand the magnitude of the impact of interpersonal communication on customer satisfaction in the services of PT. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste) Telkomcel. This study uses a quantitative approach with a descriptive research design. For sampling, the probability sampling method with simple random sampling was used. The data analysis technique used was descriptive analysis and simple linear regression analysis was performed to analyze the data. The results of the research indicate that interpersonal communication has a good and significant effect on customer satisfaction at PT. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste) Telkomcel. The study found the coefficient of determination was 63.52%, while the*

remaining 36.48% was influenced by variables that were not examined in this study.

**Keywords:** *interpersonal communication, customer service, customer satisfaction*

## Pendahuluan

Kemajuan dunia bisnis mengalami perubahan yang semakin berkembang pesat, dengan kemajuan tersebut membuat pola pikir dan perilaku dimana setiap konsumen mahir dalam memilah dan memilih produk dan jasa mana yang lebih menguntungkan, dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Dalam hal itu tersebut membuat konsentrasi perusahaan tidak lagi semata-mata pada bagaimana produk tersebut dapat menjangkau konsumennya sendiri, tetapi lebih lebih fokus kepada apakah pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan sudah memenuhi dan memuaskan konsumen. Sebagai faktor yang sangat penting dalam keputusan pembelian selanjutnya maka dari itu perusahaan harus mengukur kualitas *customer service* karena sangat penting dalam mengidentifikasi tantangan dan mengembangkan solusi untuk meningkatkan efisiensi *customer service* di masa depan, dengan tujuan meningkatkan pangsa pasar dalam jangka pendek dan keuntungan dalam jangka panjang. Hal ini melahirkan sebuah fenomena dimana masyarakat Timor Leste sebagai pelanggan yang sangat bergantung pada pelayanan *customer service* Telkomcel, karena menyediakan semua sumber daya yang mereka butuhkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya dengan pelayanan *Customer service* yang cepat, efektif, dan efisien. Menurut (Hardianti, Veronica 2019:2) mengatakan bahwa perusahaan-perusahaan besar yang fokus pada bidang produk maupun jasa harus lebih memperhatikan proses komunikasi dengan pelanggan sehingga jasa perusahaan akan mengubah konsumen menjadi pelanggan setia.

Dalam (Hardiyanti, Oktaviani Tarsani 2016: 47) dimana membahas tentang *Customer Service* adalah satu ujung tombak terpenting bagi perusahaan dalam membangun kepuasan pelanggan. Melalui tangan layanan pelanggan, perusahaan dapat memberikan kesan positif pada pelanggan. Melalui tangan layanan pelanggan Juga perusahaan dapat mengetahui apa menjadi harapan pelanggan dengan pendekatan komunikasi antarpribadi.

Berikut data Kondisi *Customer Service* di PT. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste) Telkomcel pada tahun 2020 dimana data ini diambil melalui *Customer Satisfaction Survey* di PT. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste) Telkomcel pada tahun 2020 dalam 1 tahun.

**Tabel 1**  
**Data Kondisi Customer Service di PT. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste) Telkomcel**

Mean Important Score		Mean Satisfaction Score		Weight Factor	Weight Score
Comfortably	3.25	Comfortably	3.47	12.90	43.12
Facility	3.29	Credibility	3.34	13.06	41.74
Variety	3.24	Identify	3.20	12.86	43.06

Avaibility	3.19	Information	3.35	12.65	43.79
Covergage	3.01	Clarification	3.46	11.94	38.97
Cosistency	2.87	Respond Time	3.26	11.41	37.78
Accessibility	3.08	Solve Time	3.31	12.25	40.21
Compensation	3.26	Competency	3.28	12.94	42.49
<b>Total</b>	25. 19		26.68	100.00	331.17

**Customer Satisfaction Index****82.79**

Sumber: Data customer service PT. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste) Telkomcel 2020

Penulis memilih penelitian ini dengan alasan seperti berikut:

- a) Karena ini adalah penelitian baru di Timor-Leste, khususnya di PT.Telekomunikasi Indonesia Internasional (Timor Leste) Telkomcel.
- b) Ada penelitian sebelumnya dari Soares (2020) di PT. Telekomunikasi Indonesia Internasional (Timor Leste) Telkomcel tetapi berfokus pada service quality.

Dan ada beberapa provider selain PT. Telekomunikasi Indonesia international Telkomcel seperti Timor Telkom (TT) dan Telemor. Tetapi dari segi pelayanan atau customer service untuk pelanggan itu masih kurang karena jadi membuat pelanggan tidak loyal atau permanen menggunakan jasa dari provider tersebut.

Maka dari Penulis ingin membuat penelitian mengenai masalah tersebut agar tahu dimana kendala atau masalah utama dari komunikasi interpersonal customer service terhadap kepuasan pelanggan. Karena adanya beberapa provider yang bersaing dengan PT. Telekomunikasi Indoensia International (Timor Leste) Telkomcel disana maka Penulis juga ingin meneliti tentang masalah tersebut untuk mencari solusi yang solutif untuk pelayanan agar bisa mempertahankan pelanggan dari PT. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste) Telkomcel disana.

Telkomcel merupakan perusahaan BUMS Indonesia yang berdiri di Timor Leste sudah lumayan lama dibandingkan dengan perusahaan swasta sejenis seperti Telemor dan tingkat kepercayaannya pun sudah tidak diragukan lagi. Namun masih ada keluhan-keluhan dari pelanggan yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikaan oleh perusahaan. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh komunikasi interpersonal customer service terhadap kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction) pada layanan jasa PT. Telekomunikasi Indonesia International di Timor Leste, dengan proses pelayanan yang baik dan berkualitas sangat membutuhkan komunikasi yang baik juga sehingga para pelanggan dapat merasa lebih puas dengan pelayanan yang di berikana oleh perusahaan kepada mereka. Maka dari itu Customer service menjadi bagian dari unit organisasi yang bertanggung jawab untuk memberikan nilai kepada konsumen melalui layanan yang diberikan kepada mereka dalam menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan mereka. Customer service pada dasarnya merupakan front office yang berfungsi untuk memuaskan pelanggan, mulai melalui proses pemesanan dan penyerahan produk kepada pelanggan termasuk juga proses dukugang pelayanan, penyaluran dan aspek teknis lainnya. Customer service

mengacu pada operasi apa pun yang bertujuan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan sebelum pembelian, serta kinerja atau hasil yang dialami sesudahnya. Menurut (Enggarayu, Levy & Weitz, 2012: 18). Maka dari itu semua komunikasi interpersonal terhadap customer service sangat penting dan harus dijaga oleh perusahaan agar loyalitas pelanggan terpengaruh. Karena pelanggan harus melalui banyak kontak komunikasi dengan karyawan selama interaksi mereka dengan mereka, untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dan mempertahankan loyalitas pelanggan, kontak komunikasi dua arah yang saling bermakna harus dibangun agar hubungan dekat dapat menguntungkan perusahaan. Menurut (Muhammad 2005: 159), komunikasi interpersonal adalah proses berbagi informasi antara dua orang atau lebih, biasanya antara dua orang yang langsung diperkenalkan satu sama lain.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka tujuan dari penelitian itu adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal customer service terhadap kepuasan pelanggan pada layanan jasa PT. Telekomunikasi Indonesia International di (Timor Leste) Telkomcel.

### **Metode Penelitian**

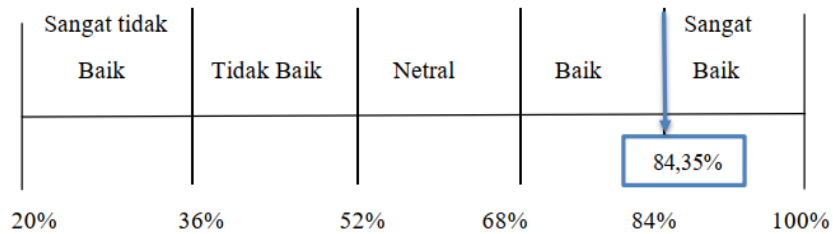
Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut (Sujarweni 2019:42) merupakan suatu bentuk penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi (pengukuran) lainnya. Metode kuantitatif melibatkan pada gejala-gejala dengan ciri khas kehidupan manusia, yang di sebut sebagai variabel. Inti dari hubungan antar variabel dievaluasi dengan menggunakan prinsip analitik dalam pendekatan kuantitatif.

Menurut (Nazir 2011: 54), metode deskriptif adalah metode yang digunakan dalam mempelajari suatu kelompok manusia, entitas, situasi, sistem pemikiran, atau sekelompok peristiwa pada periode saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan bukti secara sistematis, menyeluruh, dan dapat diandalkan, dan sifat-sifat yang berhubungan dengan fenomena mengenai pengaruh komunikasi interpersonal customer service terhadap kepuasan pelanggan di PT. Telekomunikasi Indonesia International di (Timor Leste) Telkomcel, serta melihat peluang kaitan antara variabel (X, Y) di dalam permasalahan yang ingin dipecahkan.

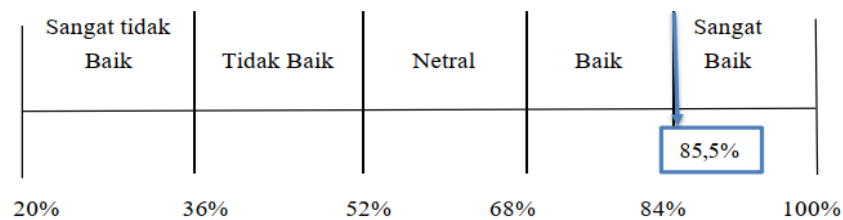
### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya Tarsani (2016) yang melakukan penelitian mengenai “Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Pendekatan Komunikasi Interpersonal (Studi Kasus Pada Customer Service Grapari Telkomsel Gandaria)” yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, sangat bergantung kepada peran komunikasi interpersonal seorang *customer service* yang baik akan sangat menentukan kepuasan pelanggan.

Dengan total nilai rata-rata 84,35%, penilaian responden terhadap variabel komunikasi interpersonal (X) secara umum positif atau sangat baik. Pada garis kontinum berikut, dapat dilihat nilai rata-rata proporsi persepsi responden terhadap variabel komunikasi interpersonal.



Dengan nilai rata-rata 85,5%, persepsi responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) secara umum positif atau sangat baik. Pada garis kontinum yang menyertainya, dapat dilihat persentase nilai rata-rata persepsi responden terhadap variabel kepuasan pelanggan.



### Kesimpulan

Menurut temuan penelitian penulis, komunikasi interpersonal memiliki pengaruh yang positif atau signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan jasa PT. Telekomunikasi Indonesia Internasional (Timor Leste) Telkomcel dengan nilai presentase sebesar 63,52%. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi Interpersonal memiliki dampak positif yang sangat besar terhadap kepuasan pelanggan pada layanan jasa PT. Telekomunikasi Indonesia Internasional (Timor Leste) Telkomcel, dengan tingkat signifikan yang tinggi. Nilai Koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 63,52%, menunjukkan bahwa variabel komunikasi interpersonal memiliki kontribusi pengaruh sebesar 63,52%, sedangkan 36,48% didorong oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## BIBLIOGRAFI

- Chandra Daniati Lay Lengo (2019), *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Dampaknya Pada Kualitas Informasi Akuntansi (Studi Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia International (Timor Leste), S. A Telkomcel)*. Skripsi. Telkom University Bandung. [Google Scholar](#)
- Hilma Maulida. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Loyalty Pada Aplikasi Linkaja Melalui E-Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Skripsi Telkom University Bandung. [Google Scholar](#)
- Veronica De Fatima De Araujo. (2019). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Jasa Pos Di Kantor Pos Bandung Jalan Asia Afrika*. Skripsi. Telkom University Bandung. [Google Scholar](#)
- Hardiyanti, Oktaviani. (2016). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bankaltim Syariah Cabang Pembantu Juanda Samarinda. *E-Jurnal Ilmu komunikasi vol: 4 no 3*. [Google Scholar](#)
- Enggarayu Weningtyas, Miftahun Ni'mah Suseno, (2012) Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, *Journal Pemikiran dan Penelitian Psikologi, Vol. 26, Iss.* [Google Scholar](#)
- Weitz, B.A. & Levy, M. (2000). *Retailing Management*. The McGraw-Hill Companies, Inc. [Google Scholar](#)
- Arni, Muhammad. (2005). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara. [Google Scholar](#)
- Nazir, Mohammad (2011). *Metode penelitian*. Jakarta: ghalia Indonesia. [Google Scholar](#)
- Sugiyono (2014). *Metode penelitian bisnis*, bandung: Alfabeta Sugiyono. 2015. [Google Scholar](#)
- Sujarweni, Wiratna (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. [Google Scholar](#)
- Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. bandung: Alfabeta. [Google Scholar](#) Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta: Bandung. [Google Scholar](#)
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. bandung: Alfabeta. [Google Scholar](#)

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta. [Google Scholar](#)

Sunyoto, D. (2011). *Analisis regresi dan uji hipotesis*. Yogyakarta: Caps. [Google Scholar](#)

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta: Bandung. [Google Scholar](#)

Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro. [Google Scholar](#)

Cyrus R. Mehta and Nitin R. Patel, (2015). *IBM SPSS Exact Tests IBM SPSS ExactTests*.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Group Penerbitan CV Budi Utama.

---

**Copyright holder:**

Emiliano Gusmão da Costa e Silva, Yuliani Rachma Putri(2022)

**First publication right:**

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

