

KOMUNIKASI INTERPERSONAL TATAP MUKA ANTARA CUSTOMER SERVICE DENGAN NASABAH DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH BANK TABUNGAN NEGARA DI BOGOR

Arnaldi Riantana¹, Desi Hasbiyah², Sukarelawati³

¹Arnaldi Riantana, riantanaarnaldi@gmail.com

ABSTRAK

Industri perbankan adalah salah satu sektor yang sangat kompetitif di dunia keuangan, di mana bank-bank bersaing untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan nasabah, yang pada akhirnya mempengaruhi loyalitas nasabah. Bank Tabungan Negara telah mengambil inisiatif dengan menerapkan strategi komunikasi interpersonal tatap muka melalui Customer Service untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengeksplorasi pengaruh dimensi pelayanan, mencakup 5 aspek, yaitu: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy, terhadap kinerja Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Tabungan Negara. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pelayanan perbankan berkualitas dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan wawasan tentang implikasi pelayanan terhadap eksistensi dan kesuksesan lembaga keuangan ini di pasar yang semakin ketat.

Kata Kunci: Loyalitas Nasabah, Kualitas Pelayanan, Customer Service

PENDAHULUAN

Dalam era modern ini, perbankan telah menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian global. Untuk tetap eksis dan bersaing dalam lingkungan bisnis yang semakin ketat, bank-bank tidak hanya perlu memperhatikan aspek keuangan, tetapi juga harus memberikan pelayanan berkualitas kepada nasabahnya. Manajemen sumber daya manusia (SDM) dalam bank memainkan peran kunci dalam upaya menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Persaingan di sektor perbankan semakin sengit, terutama dengan adanya promosi besar-besaran yang ditawarkan oleh bank-bank kepada nasabah. Dalam situasi ini, kualitas

pelayanan menjadi faktor penentu yang sangat penting. Nasabah menilai kepuasan mereka berdasarkan sejauh mana bank mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Salah satu elemen penting dalam memberikan pelayanan kepada nasabah adalah Customer Service. Meskipun karyawan bank mengikuti prosedur dan sistem yang berlaku, peningkatan kepuasan nasabah melalui Customer Service belum selalu mencapai tingkat yang diharapkan.

Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti reliabilitas, responsivitas, berwujud, jaminan, dan empati mempengaruhi kinerja Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dalam konteks ini, Bank Tabungan Negara (BTN) menekankan sikap menarik, ramah, dan bertanggung jawab dari karyawan Customer Service. Bank ini berupaya memahami karakteristik dan kebutuhan nasabahnya dengan harapan memberikan pelayanan optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap apakah dimensi kualitas pelayanan memiliki dampak positif terhadap kinerja Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah Bank Tabungan Negara. Dengan mendalami menggali dan menganalisis data, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan berharga bagi Bank Tabungan Negara serta sektor perbankan secara keseluruhan. Fokusnya adalah mengembangkan strategi layanan yang lebih unggul untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar mereka.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena Komunikasi Interpersonal Customer Service dalam konteks Peningkatan Loyalitas Nasabah pada Bank Tabungan Negara. Pendekatan deskriptif dipilih untuk memberikan gambaran mendalam mengenai aspek yang diteliti.

Metode penelitian adalah suatu pendekatan yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Peneliti memilih metode penelitian deskriptif karena tujuannya adalah menjelaskan karakteristik atau keberadaan variabel yang diteliti, tanpa mencari hubungan dengan variabel lain. Dalam konteks ini, metode ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana Komunikasi Interpersonal Customer Service berperan dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Tabungan Negara. Pendekatan deskriptif kualitatif ini akan membantu peneliti untuk mendeskripsikan secara detail dan memahami lebih dalam peran komunikasi interpersonal customer service.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara di Cabang Bogor terkait dengan komunikasi interpersonal tatap muka customer service, peneliti merujuk pada teori kepuasan nasabah yang dijelaskan oleh Kasmir (2010:57) dalam dunia perbankan. Teori ini membagi kepuasan nasabah menjadi beberapa indikator:

- 1) Tangibles (Bukti Fisik): Melibatkan elemen bukti fisik yang harus dimiliki oleh karyawan bank, seperti struktur gedung, peralatan kantor, penampilan karyawan, sarana komunikasi, dan fasilitas fisik lainnya.
- 2) Responsiveness (Responsif): Melibatkan keinginan dan kemauan karyawan bank untuk memberikan pelayanan yang responsif kepada pelanggan. Bank harus sigap dalam merespons kebutuhan dan permintaan nasabah dengan cepat dan efisien.
- 3) Assurance (Jaminan): Mengacu pada keyakinan nasabah bahwa karyawan bank memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan, serta sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Nasabah harus merasa yakin bahwa mereka mendapatkan layanan dari ahli yang berkompeten dan dapat diandalkan.

- 4) Reliability (Keandalan): Melibatkan kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat, dan memuaskan pelanggan. Nasabah harus merasa bahwa bank dapat diandalkan dan dapat memenuhi janji-janji yang diberikan dengan konsistensi.
- 5) Empathy (Empati): Bank harus memiliki kemampuan untuk memahami kebutuhan dan perasaan nasabah, memberikan kemudahan kepada mereka, dan menjalin hubungan dengan mereka secara efektif dan berempati.

Hasil temuan dari penelitian ini akan mencerminkan sejauh mana komunikasi interpersonal tatap muka customer service di Cabang Bogor Bank Tabungan Negara memenuhi indikator-indikator tersebut dan seberapa besar dampaknya terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah di cabang tersebut.

1. Sesuai dengan pengertian diatas mengenai tangiabels, disini peneliti melakukan observasi lapangan dengan wawancara dengan Supervisor Customer Service yang ada di Bank Tabungan Negara cabang Bogor yaitu Ibu Lucie Leona Herlianti.

"Bukti fisik yang harus dimiliki oleh karyawan bank mencakup gedung, perlengkapan kantor, daya tarik karyawan, sarana komunikasi, dan fasilitas fisik lainnya. Gedung dan perlengkapan kantor mendukung operasional harian, sementara daya tarik karyawan meningkatkan retensi dan motivasi. Sarana komunikasi memastikan kolaborasi yang efektif, dan fasilitas fisik lainnya mempengaruhi pengalaman pelanggan. Semua ini berkontribusi pada efisiensi dan kinerja keseluruhan bank dengan menciptakan lingkungan yang produktif dan nyaman."

Dalam penerapannya pada indikator Bukti Fisik/Tangiabels, bisa dilihat dari hasil wawancara bahwa ini sudah cukup menunjang dan sudah dapat memenuhi kriteria atau fasilitas yang dapat menunjang segala kebutuhan. Dan

bisa terlihat juga dari apa yang ada kantor cabang bogor dari segi fasilitas yang ada mulai dari komputerisasi, tempat duduk/kursi untuk nasabah dan layanan informasi sudah memenuhi kriteria yang berlaku di Kantor tersebut.

2. Sama seperti pada indikator Bukti Fisik/Tangiabels, dalam Indikator assurance peneliti melakukan wawancara kepada Informan yang sama yaitu Supervisor Customer Service. Sesuai dengan pengertian diatas peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam lagi mengenai Pengetahuan, Kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya untuk Customer Service meningkatkan rasa percaya diri terhadap Nasabah.

"Pentingnya jaminan bahwa karyawan bank memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan perilaku yang dapat dipercaya sangat besar karena hal ini membangun kepercayaan pelanggan. Melalui seleksi ketat, pelatihan berkelanjutan, pengawasan berkala, dan umpan balik pelanggan, standar ini dapat dipastikan terpenuhi dalam layanan perbankan."

Dari pernyataan yang disampaikan diatas mengenai Pengetahuan, Kompetensi, Kesopanan dan Prilaku yang dapat dipercaya. Kita dapat menyimpulkan bahwa untuk membentuk karakter yang dapat bertanggungjawab dan bisa menimbulkan karakter yang mempunyai pengetahuan atau wawasan yang luas mengenai Pelayanan yang dapat meningkatkan kepercayaan Nasabah, para Customer Service Bank Tabungan Negara cabang Bogor sudah melalui tahap-tahap seleksi dan telah menjalani pelatihan yang sifatnya terus berkelanjutan guna bertujuan untuk memberikan pelayanan yang diharapkan oleh para calon Nasabah Bank Tabungan Negara cabang Bogor.

3. Dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang ada di cabang bogor, disini peneliti terus menggali informasi yang lebih mendalam lagi terhadap informan yang sama mengenai indikator Reliabilitas. Peneliti dapat nyimpulkan bahwa dalam pengertian Reliabilitas ini sangat ada kaitannya dengan peningkatan loyalitas nabah yang ada di Bank tabungan Negara cabang Bogor.

"Pentingnya kemampuan bank dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang dijanjikan, cepat, akurat, dan memuaskan pelanggan sangat besar karena membangun reputasi dan loyalitas. Dalam konteks dinamis, strategi inklusi teknologi canggih, pelatihan berkelanjutan bagi karyawan, serta pemantauan terus-menerus terhadap proses layanan dapat menjaga konsistensi mencapai standar ini."

Bisa kita lihat dari pernyataan diatas mengenai bagaimana pihak Bank Tabungan Negara cabang Bogor untuk menciptakan pelayan yang sesuai dengan yang dijanjikan, cepat, akurat dan dapat memuaskan para Nasabah Bank Tabungan Negara yang bertujuan untuk reputasi dan meningkatkan loyalitas Nasabah. Dengan didorong kemajuan teknologi yang semakin canggih dan berkembang melalui hal tersebut pihak terkait yang dimana disini perannya di mainkan oleh Bank Tabungan Negara terus melakukan kontroling melalui Customer Service yang menjadi ujung tombak kepercayaan para Nasabah, dengan bekal pelatihan dan pengetahuan yang dimiliki pihak Bank Tabungan Negara cabang Bogor terus berusaha agar dapat memberikan pelayanannya yang terbaik guna memuaskan para Nasabah.

4. Pada indikator Responsivitas peneliti melakukan wawancara kepada Customer Service yang dimana ini menjadi peran ujung tombak dalam memberikan pelayanan terhadap Nasabah bank.

"Keinginan dan kemauan karyawan bank memiliki dampak besar pada kualitas pelayanan pelanggan. Motivasi internal, pelatihan yang memadai, pengakuan atas kinerja, dan lingkungan kerja yang positif adalah faktor-faktor kunci yang memengaruhi tingkat keinginan dan kemauan karyawan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik."

Bisa dilihat dari hasil wawancara dengan beberapa Customer Service yang ada di Bank Tabungan Negara cabang Bogor, untuk meningkatkan kemampuan para pegawai yang dimana di berlaku pada Customer Service

itu sendiri, ada yang membuat peneliti tertarik dengan adanya sebuah pengakuan atau reward yang diberikan kepada pegawai yang telah berkerja dengan maksimal ini sangat menimbulkan hal positif terhadap pegawai dan meberikan pengaruh besar terhadap kinerja dalam menjalankan tugas dengan baik dan didorong dengan pelatihan atau masukan-masukan positif yang bertujuan untuk meningkatkan rasa diakui oleh seorang atasan.

5. Dalam meningkatkan loyalitas nasabah, Banyak cara yang dapat meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan tersendiri. Dalam hal ini Peneliti menggali informasi dengan melakukan wawancara dengan karyawan Customer Service yaitu Lidya Putri.

"Kemampuan bank memberikan kemudahan kepada nasabah dan menjalin hubungan efektif sangat penting. Di era digital dan persaingan ketat, langkah-langkah seperti pengembangan aplikasi mobile user-friendly, personalisasi layanan berdasarkan data nasabah, penguatan layanan pelanggan online, dan pemantauan umpan balik secara aktif, dapat memastikan interaksi yang lancar, efisien, dan mendukung hubungan jangka panjang."

Dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih dan dengan tujuan kenyamanan dan kemudan para nasabah bank, Bank Tabungan Negara cabang Bogor terus mengupgrade layanan-layanan yang dapat memudahkan para nasabah untuk kemudahan yang diperlukan. Salah satu cara yang telah dilakukan oleh Bank Tabungan Negara cabang bogor ini adalah dengan memunculkan layanan yang berbasis digital berbentuk aplikasi mobile. Ini digarapkan bisa memenuhi kebuhan para nasabah online untuk memudahkan mengakses segala keperluan atau kepentingan dari setiap nasabah online.

Mengacu pada Rumusan Masalah dalam penelitian ini yang dibagi menjadi 3 (tiga) poin penting, disini peneliti akan menjelaskan temuan-temuan yang ditemukan selama penelitian ini berlangsung diantaranya:

1. Bagaimana komunikasi interpersonal tatap muka Customer Service dengan Nasabah Bank Tabungan Negara?

CS Reza Herdiyanto :

“secara keseluruhan berjalan sebagaimana mestinya, namun kadang kita perlu sedikit melihat profil nasabah seperti apa yang kita hadapi dan menyesuaikan dengan kondisi nasabah tersebut contoh ketika kita menghadapi nasabah pensiunan maka kita harus bisa menjaga intonasi nada bicara kepada orang yg lebih tua yg bisa memahami maksud dan tujuan beliau berkunjung ke bank btn cabang bogor khususnya”

CS Vani Lidya Putri :

“berjalan secara langsung dan to the point karena kita juga tidak bisa berlama lama apabila sedang melakukan komunikasi tatap muka dengan nasabah karena keterbatasan waktu yg di sediakan dan antrian yg cukup banyak, maka dari itu komunikasi yg di sampaikan tidak bertele-tele langsung on point menanyakan kebutuhan dan tujuan nasabah tersebut berkunjung kesini”

SPV CS Lucie Leona Herlianti :

“sebagai supervisor saya hanya mengawasi tim saya dalam bekerja karena saya tidak bertemu langsung dengan nasabah, namun apabila ada kendala yg di alami oleh salah satu tim saya maka saya sebagai atasan mereka langsung menemui nasabah tersebut untuk melakukan penjelasan secara langsung terkait kendala apa yang di hadapi oleh tim saya dan apa yang di inginkan oleh si nasabah tersebut, tapi overall saya sangat mengetahui sejauh mana kapasitas cs saya terutama dalama melakukan kegiatan komunikasi interpersonal tatap muka dengan nasabah dan hasilnya cukup baik sesuai dengan SOP dan ketentuan berlaku”

Dari pernyataan diatas bahwa peneliti dapat menyimpulkan terkait Bagaimana komunikasi interpersonal tatap muka Customer Service dengan Nasabah Bank Tabungan Negara adalah memang tidak bisa dipungkiri bahwa walaupun sudah berjalan sesuai SOP yang berlaku, tapi tidak sedikit

pula masih terdapat Nasabah yang masih kesulitan dalam menerima informasi yang diberikan atau masih kurang memahami maksud dan tujuan dari apa yang ada di layanan Bank Tabungan Negara cabang Bogor.

2. Bagaimana loyalitas Nasabah Bank Tabungan Negara?

CS Reza Herdiyanto :

“kurangnya terinformasi nasabah mengenai update program-program terbaru yg di milik oleh bank btn yang mengharuskan nasabah datang ke bank btn untuk melakukan kegiatan komunikasi interpersonal tatap muka”

CS Vani Lidya Putri:

“tidak teredukasi nasabah mengenai tabungan yg di milik olehnya yg sebenarnya bisa digunakan untuk kebutuhan sehari-hari tidak terfokus hanya untuk pembayaran angsuran rumah saja atau KPR di btn”

SPV CS Lucie Leona Herlianti :

“adanya miss komunikasi antara cs dan nasabah dan kurang nya pemahaman dari cs mengenai ketentuan atau kebijakan terbaru mengenai masalah yg nasabah alami”

Dari hasil wawancara diatas terkait kendala yang sering dijumpai oleh karyawan Bank Tabungan Negara cabang Bogor, peneliti menyimpulkan bahwa memang tidak sedikit Nasabah yang masih tidak mengetahui kegunaan dari apa yang mereka gunakan, artinya inti masih kurangnya edukasi terhadap Nasabah dan pihak Bank Tabungan Negara menyadari hal itu. Bukan tanpa alasan, melihat rentan usia para nasabah yang sering dijumpai ini menjadi kendala tersendiri bagi para Karyawan yang ada di Bank Tabungan Negara cabang Bogor tersebut.

3. Bagaimana upaya untuk meningkatkan loyalitas Nasabah Bank Tabungan Negara?

CS Reza Herdiyanto :

“melakukan kampanye kepada setiap nasabah melalui media sosial seperti WA Blast, IG, FB, Tiktok, Youtube serta media masa cetak seperti spanduk, baliho

dan media komunikasi lain nya agar nasabah lebih terinformasi mengenai update program atau promo-promo btn yang berlaku untuk meminimalisir adanya penumpukan nasabah yang berkunjung ke bank btn cabang bogor."

CS Vani Lidya Putri :

"Mengedukasi kembali kepada setiap nasabah yang berkunjung ke bank btn bahwa tabungan yg mereka miliki sudah terintergrasi dengan layanan e-chanel btn lain nya seperti btn mobile banking, internet banking dan sms banking serta semua layanan btn pun sudah bisa di akses secara online seperti pembukaan rekening, yang membuat nasabah tidak perlu datang ke bank btn untuk melakukan pembukaan rekening secara langsung"

SPV CS Lucie Leona Herlianti :

"Melakukan coaching secara intensif kepada seluruh customer service khususnya agar lebih memahami dan update terkait program-program di btn yg sedang berlaku, serta melakukan sosialisasi secara berlaka agar setiap customer service bisa mengetahui mengenai kebijakan atau ketentuan yang berlaku saat ini supaya tidak ada miss komunikasi antara cs dan nasabah ketidak sedang melakukan komunikasi interpersonal."

Setelah melihat kendala yang sering ditemui atau dijumpai oleh Customer Service yang ada di Bank Tabungan Negara cabang Bogor, ini menjadikan pekerjaan rumah yang perlu diperhatikan. Mengingat ini sangat berpengaruh pada tingkat loyalitas para Nasabah Bank Tabungan Negara. Menyikapi hal tersebut dalam hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam kasus seperti pihak dari Bank Tabungan Negara terus berusaha berkerja dengan secara maksimal dengan mengupdate teknologi yang semakin canggih di era sekarang ini. Dengan memanfaatkan teknologi di era digital ini Bank Tabungan Negara telah melakukan Langkah cepat dengan menciptakan layanan berbasis online yang bertujuan untuk lebih memudahkan para Nasabah untuk melalulam layanan di Bank Tabungan Negara cabang Bogor.

KESIMPULAN (PALATINO LINOTYPE, 12, BOLD, SPASI 1.5)

Berdasarkan pernyataan dari Customer Service (CS) dan Supervisor CS Bank Tabungan Negara cabang Bogor, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi interpersonal tatap muka Customer Service dengan Nasabah Bank Tabungan Negara
 - a. Secara umum, komunikasi interpersonal tatap muka antara CS dan nasabah berjalan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku.
 - b. Pada kasus tertentu, CS harus dapat menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan profil nasabah, seperti berbicara dengan nasabah pensiunan dengan intonasi yang sesuai.
 - c. Meskipun sudah mengikuti SOP, masih ada beberapa nasabah yang kesulitan memahami informasi yang diberikan oleh CS. Hal ini menunjukkan adanya tantangan dalam memberikan informasi yang lebih mudah dipahami oleh nasabah.
2. Bagaimana Loyalitas Nasabah Bank Tabungan Negara
 - a. Loyalitas nasabah terkait dengan tingkat edukasi nasabah tentang produk dan layanan Bank Tabungan Negara. Banyak nasabah yang belum sepenuhnya memahami atau tidak terinformasi tentang berbagai program dan layanan bank.
 - b. Nasabah sering kali hanya fokus pada penggunaan tabungan mereka untuk tujuan tertentu, seperti angsuran rumah atau KPR, tanpa memahami potensi penggunaan lainnya.
 - c. Miss komunikasi antara CS dan nasabah serta kurangnya pemahaman CS tentang kebijakan dan ketentuan terbaru juga berkontribusi pada masalah loyalitas nasabah.

3. Bagaimnana upaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah Bank Tabungan Negara CS dan supervisor mengusulkan beberapa upaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah:
 - a. Melakukan kampanye melalui media sosial dan media cetak untuk meningkatkan kesadaran nasabah tentang program dan promo bank, sehingga mengurangi penumpukan nasabah di cabang.
 - b. Mengedukasi nasabah tentang integrasi tabungan dengan layanan e-chanel dan layanan online agar mereka tidak perlu datang langsung ke bank.
 - c. Memberikan pelatihan intensif kepada CS agar lebih memahami program dan kebijakan terbaru serta melakukan sosialisasi yang berkelanjutan.

Dari kesimpulan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Bank Tabungan Negara cabang Bogor telah mengidentifikasi beberapa tantangan dalam menjaga loyalitas nasabah, terutama terkait dengan edukasi nasabah dan komunikasi yang efektif. Mereka telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan situasi ini dengan memanfaatkan teknologi digital dan pelatihan kepada karyawan. Hal ini menunjukkan komitmen bank untuk memperbaiki pengalaman nasabah dan memperkuat hubungan mereka dengan nasabahnya.

REFERENSI

- Alfikalia, m. 2009. *Faktor Pendukung Kompetensi Komunikasi Interpersonal*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 6, No 1, 1-118: Universitas Paramadina, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2000 . *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Adedi. 2001. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Pemuda Rosdakarya.
- Nugraha, AS (2017). *KUALITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH BANK MEGA CABANG SAID S. PARMAN SAMARINDA*. eJournal Ilmu Komunikasi, 163-177.
- Nugraha. 2017. *Kualitas Komunikasi Interpersonal Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Mega*. eJournal Ilmu Komunikasi, 163-177.
- Nurudin. 2010. *Pengaruh Persepsi Kompetensi Guru dan Persepsi Komunikasi Interpersonal Guru Terhadap Prestasi Belajar*. Jurnal Komunikasi, ISSN: 2715-721.

- Patimah, S., Priyono, BS, & Rasyid, W. (2016). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Usaha Benih Padi Cigeulis Pada Sentra Padi dan Tanaman Sekunder Kabupaten Kepahing Provinsi Bengkulu*. *Agrisep*, 15(2), 203–212.
- Romadonna. 2016. *Kompetensi Komunikasi Interpersonal Peneliti Berdasarkan Tipologi Kepribadian*. *Jurnal Pekomnas*, Vol. 1 No.2, 167 - 176.
- Ruslan, Rosady. 2001. *Manajemen Hubungan Masyarakat & Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Selviana, M.n. 2017. *Kompetensi komunikasi interpersonal pustakawan dalam meningkatkan pelayanan kepada pemustaka perpustakaan*. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 6 No.1 : Universitas Hasanudin.
- Relawan, DR. (2023). *KOMPETENSI KOMUNIKASI INTERPERSONAL MARKETING OFFICER DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN UMKM*. *Jurnal Komunikasi*, Jilid 9.
- Tsuwaibatul Islamiyah, GD (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS*. *Jurnal Ilmu Sosial, Agama dan Humaniora*, Vol. 1, No.1: 1-11. Januari 2022. ISSN : 2809-6398.
- Yunni Rusmawati DJ, B.R. (2018, Maret). *ANALISIS LAYANAN CS (CUSTOMER SERVICE)*. *Jurnal EK B I S*, Vol. X Saya 1, 1-9. Diakses Jumat September 2023