

---

---

## PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL *FRONTLINER* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KANTOR FIFGROUP CABANG MOJOKERTO

Wulan Rahmadaniati Zulianasari<sup>1</sup>, Ratnaningrum ZD<sup>2</sup>, Masnia Ningsih<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Majapahit  
Email: [wulanrahmadaniatiz20@gmail.com](mailto:wulanrahmadaniatiz20@gmail.com)

### RIWAYAT ARTIKEL

Received: 26-07-2022

Revised : 01-08-2022

Accepted: 29-08-2022

### KEYWORD

*Interpersonal*

*Communication, Frontliner  
and Customer Satisfaction*

### ABSTRACT

*This research was conducted at the office of FIFGROUP Mojokerto Branch. FIFGROUP Mojokerto Branch Office is a company engaged in financing. The number of competitors in this field, PT. FIFGROUP carries out a strategy to maintain customer trust in the company, especially in services in the front position, namely frontliners with interpersonal communication skills. The purpose of this research is to find out whether there is an effect of frontliner interpersonal communication skills on customer satisfaction. In this study, researchers used two variables, namely interpersonal communication skills and customer satisfaction. Therefore, a hypothesis is formed, whether interpersonal communication skills affect customer satisfaction. This study uses descriptive quantitative research methods. The population taken in this study were all customers at the Mojokerto Branch FIFGROUP office on the basis of sampling using probability sampling technique, namely simple random sampling because the sample was taken randomly without regard to the existing strata in the population. The results of this study are the results of the simultaneous test or F test the result is the value of Sig = 0.00 < 0.05 and F-count = 0.647 > F-table = 0.2732, based on these results it can be interpreted that the frontliner interpersonal communication variable has an effect significant impact on customer satisfaction at the Mojokerto Branch FIFGROUP office.*

### PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aktivitas dasar semua orang dalam melakukan aktivitasnya. Dengan berkomunikasi, semua orang dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah, tempat kerja, sekolah, lingkungan masyarakat atau dimanapun berada. Komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan. Komunikasi yang berkualitas adalah komunikasi yang efektif. Dimana dalam sebuah proses interaksi komunikasi, pesan oleh komunikator dapat tersampaikan dengan baik dan memberi *feedback* sesuai yang diharapkan atau sesuai tujuan.

*Frontliner* merupakan garda terdepan di suatu perusahaan yang secara langsung berhadapan dengan pelanggan (konsumen). Petugas *Frontliner* ini adalah kunci kedua setelah manajemen. Untuk melakukan tugas sebagai *Frontliner* secara baik dan benar maka diperlukan bekal kemampuan dan keterampilan untuk melayani pelanggan, secara mendasar mengenai dasar-dasar pelayanan pelanggan. Dasar dari pelayanan pelanggan salah satunya adalah komunikasi interpersonal yang harus dimiliki oleh *frontliner*.

---

---

Komunikasi Interpersonal yaitu komunikasi antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara tatap muka dengan adanya reaksi orang lain secara langsung, baik itu reaksinya secara verbal maupun non verbal (Mulyana, 2005:73). Agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar dan efektif maka *frontliner* harus memahami komunikasi interpersonalnya, agar komunikasi interpersonal berjalan dengan semestinya.

Pada era globalisasi, suatu produk maupun jasa yang bersaing semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan dalam satu pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan tersebut, karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah dipasarkan. Semakin bertambahnya permintaan pelanggan maka PT. FIFGROUP ikut bersaing menawarkan kelebihanannya dibidang leasing. Salah satu faktor untuk memenuhi kepuasan pelanggan yaitu dengan adanya pelayanan yang baik. Dengan begitu PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto melakukan beberapa strategi untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap kinerja pegawai perusahaan terutama di posisi depan yakni *frontliner*.

Setiap usaha jasa selalu berusaha menyertai proses pelayanan yang baik terhadap pelanggannya. Kesadaran akan pentingnya pelayanan tersebut pada prinsipnya merupakan bagian dari strategi pemasaran. Beberapa hal yang dilakukan PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto adalah memberikan pelayanan terbaik *frontliner* dengan kecakapan berkomunikasi interpersonal yang ada. Proses pengajuan kredit di PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto tidak mengharuskan pelanggan untuk datang langsung ke kantor melainkan petugas PT. FIFGROUP yang akan melakukan proses di rumah pelanggan untuk mempermudah proses pengajuan kreditnya. PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto memiliki petugas atau karyawan di bagian penagihan yang membantu pelanggan dalam pembayaran angsuran apabila ada keterlambatan dengan pengambilan angsurannya di rumah. Adanya beberapa *payment point* juga lebih memudahkan pelanggan yang lokasinya jauh dari kantor FIFGROUP. *Payment point* tersebut terdiri dari Indomaret, Alfamidi, Alfamart, Kantor Pos, beberapa ATM (BRI, BTN, ATM BCA, BNI, Mandiri, Permata) dan OCBC NISP.

Dengan demikian PT. FIFGROUP Cabang Mojokerto harus tetap aktif dalam menjaga kepercayaan pelanggan. Pihak manajemen harus terus berupaya untuk mengkombinasikan segi keunggulan-keunggulan dari perusahaan agar dapat menarik minat sekaligus untuk mempertahankan pelanggannya.

Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu komunikasi interpersonal (Weningtyas & Ni, n.d.). Hal ini seperti dikemukakan oleh Kotler (2011) bahwa pelanggan akan lebih merasakan kepuasan dengan karyawan yang memiliki kemampuan dalam teknik berinteraksi dengan orang lain dan mempunyai kemampuan dalam persepsi sosial agar mampu membaca perasaan, sikap dan keyakinan konsumen. Berhubungan dengan hal tersebut Panuju (2009) menyatakan bahwa proses komunikasi yang tepat akan memperlancar interaksi sebab informasi yang disampaikan seseorang dapat diterima dengan mudah oleh penerima informasi. Komunikasi berlangsung dalam kontak tatap muka, dimana pesan-pesan mengalir melalui saluran-saluran yang bersifat

---

---

antar personal, seperti dalam percakapan antar orang per orang yang dikenal sebagai komunikasi interpersonal.

Penting bagi perusahaan penyedia jasa pembiayaan untuk menggali bagaimana kepuasan para pelanggan. Terutama dari segi kualitas pelayanan yang diberikan dan komunikasi interpersonal dari pegawai kepada pelanggan guna menarik minat pelanggan sehingga menjadi loyal dan tentunya akan menarik semakin banyak pelanggan baru. Dilihat dari latar belakang yang telah diampaikan oleh peneliti, maka bagaimana pengaruh kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di Kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto.

### **METODE PENELITIAN**

Menurut (Sugiyono:2018) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian deksriptif, karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya juga tujuannya untuk menyajikan gambaran mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan metode deskriptif analisis, data yang dihimpun data primer (kuesioner, wawancara), dan data sekunder (studi dokumentasi, buku, jurnal, media online) (Suprpto, 2018; Suprpto et al., 2021; Suprpto & Afandi, 2021).

Menurut (Fenti Hikmawati:2017), metode penelitian kuantitatif adalah analisis data dengan teknik analisis deskriptif kuantitatif, pada dasarnya mengubah data hasil penelitian ke dalam bentuk deskripsi angka-angka yang mudah dipahami, misalnya dalam bentuk persentase. Selanjutnya, menurut (Sugiyono:2019) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan juga sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan, pendekatan penelitian deksriptif menurut (Sugiyono:2018, merupakan suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian deksriptif yang bertujuan untuk mendeksripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi dengan menggunakan angka-angka untuk membuktikan seberapa besar pengaruh kecakapan komunikasi interpersonal frontliner terhadap kepuasan pelanggan di Kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto. Penelitian ini juga bersifat kausal atau sebab akibat karena akan meneliti pengaruh X terhadap Y mengenai hal tersebut adalah kecakapan komunikasi interpersonal frontliner terhadap kepuasan pelanggan di Kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto. Adapun objek dari penelitian ini adalah pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto yang beralamat di Jl. Gajah Mada No. 140 Magersari Mojokerto.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada sebuah penelitian instrumen penelitian haruslah dapat dipercaya. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai salah satu instrumen penelitian, hal ini berarti bahwa setelah penyebaran kuesioner perlu dilakukan uji kevalidan pada isi kuesioner. Isi kuesioner yang telah diuji validitasnya mendapatkan hasil valid dengan hasil hitung per item mendapatkan nilai diatas 0,2787 atau diatas nilai r-tabel. Pengujian dilanjutkan dengan pengecekan reliabilitas data. Data yang telah valid harus diuji untuk mengetahui apakah data tersebut dipercaya dapat digunakan sebagai alat ukur serta bisa mencerminkan variabel yang diteliti. Pengujian ini dilakukan dengan melihat hasil *Cronbach's Alpha*, dalam penelitian ini hasil dari *Cronbach's Alpha* dari kedua variabel lebih besar dari 0,60 dapat diasumsikan hasilnya yakni data penelitian telah reliabel.

Selanjutnya penyebaran pengisian kuesioner responden juga diuji dalam uji asumsi klasik. Adapun uji yang dilakukan pertama ialah uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Pada pengujian ini, hasil uji yaitu 0,347 lebih besar dari  $\alpha$  yang bernilai 0,05 berdasarkan pada hasil tersebut dapat diartikan bahwa data terdistribusi dengan normal. Uji selanjutnya yaitu uji heteroskedastisitas, pada uji ini persebaran titik titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu dan titik berada dibawah angka 0 pada sumbu y, dapat disimpulkan bahwa data tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Uji terakhir pada asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas dengan hasil VIF pada tiap variabel independen yaitu  $1.000 < 10$  dan hasil *Tolerance* yaitu  $1.000 > 0.10$  dari hasil tersebut disimpulkan bahwa data tidak terdapat gejala multikolinieritas. Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan tersebut dihasilkan bahwa penyebaran pengisian kuesioner oleh responden telah sesuai dengan kaidah.

Pada uji t atau uji parsial, variabel (X) kecakapan komunikasi interpersonal terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dan menghasilkan nilai yaitu  $\text{Sig} = 0,128 > 0,05$  dan  $t\text{-hitung} = 1.549 < t\text{-tabel} = 2.0106$ . Dari hasil diatas dapat diartikan bahwa kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto. Berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan yaitu:

$H_a$  : Diduga adanya pengaruh signifikan pada kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto.

$H_0$  : Diduga tidak adanya pengaruh signifikan pada kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto

Maka hipotesis  $H_a$  diterima sedangkan hipotesis  $H_0$  ditolak. Analisa peneliti untuk mengetahui mengapa kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu, menurut hasil distribusi kuesioner, sebesar 67.6% responden.

Uji Simultan atau Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel (X) kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* ketika diuji secara simultan atau bersama-sama dengan variabel (Y) kepuasan pelanggan akan berpengaruh signifikan atau tidak. Dari uji simultan atau uji F hasilnya ialah nilai  $\text{Sig} = 0.00 < 0.05$  dan  $F\text{-hitung} = 100.271 > F\text{-tabel} = 4.038$ . Berdasarkan hipotesis pada penelitian yaitu:

$H_a$  :Diduga adanya pengaruh signifikan pada kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto

$H_0$  :Diduga tidak adanya pengaruh signifikan pada kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto.

Maka dapat diartikan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dari keterangan diatas dapat diketahui bahwa apabila kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* diuji secara bersamaan akan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto.

Adapun besarnya pengaruh kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto jika dilihat dari hasil uji determinasi ( $R^2$ ) antara variabel diatas dari persentasenya sebesar 67.6%. Dapat diartikan bahwa kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* berpengaruh signifikan sebesar 67.6% terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto. Pengaruh variabel X terhadap variabel Y diatas 50% dikarenakan kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan oleh peneliti diatas, terkait pengaruh variabel kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto, diketahui bahwa kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto. Maka artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto, dikarenakan dari 50 responden yang diteliti, kepuasan pelanggan di kantor FIF Cabang Mojokerto dipengaruhi oleh Kecakapan Komunikasi Interpersonal sebesar 67.6%.
2. Berdasarkan hasil uji F terkait pengaruh kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto, diketahui bahwa kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto. Maka artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya kecakapan komunikasi interpersonal *frontliner* signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kantor FIFGROUP Cabang Mojokerto.

## DAFTAR PUSTAKA

- Suprpto. (2018). Aksi Terorisme: Dari Gerakan Ideologis ke Gerakan Inkostitusional. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 12(2), 143–160.  
<https://doi.org/10.24815/jsu>

- 
- 
- Suprpto, Lidiawati, Pradana, M. Y. A., & Maksum, A. (2021). The Role and Thought of The Nahdlatul Ulama-Muhammadiyah On Humanity. *Islamic Studies Journal for Social Transformation*, 5(2), 91–108.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.28918/isjoust.v5i2.4800>
- Suprpto, S., & Afandi, A. H. (2021). Stigmatisasi dan Pembentukan Solidaritas Kolektif dalam Perkembangan COVID-19 di Jawa Timur. *Brawijaya Journal of Social Science*, 1(01), 31–49. <https://doi.org/10.21776/ub.bjss.2021.001.01.3>
- Weningtyas, E., & Ni, M. (n.d.). *PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL*. 17–26.