

ANALISIS KOMPETENSI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELAYANAN PUBLIK

Anna Yulia Wulandari¹⁾

Email : Annayuliaw@gmail.com

Rahmi Widyanti²⁾

Deli Anhar³⁾

Universitas Islam Kalimantan (Uniska) MAB Banjarmasin

ABSTRACT

Communication competence of customer service can improve public service satisfaction. The purpose of this research are to describe the communication competence of customer service on servicing community and create community satisfaction on Integrated Licensing Service Agency

The method used in this research is qualitative research. On qualitative research, communication competence described through the attitude that showed by servicer and also valuation expression that showed by customer. Data collection technique that used on this research are observation, interview, and documentation. Data analysis technique used data reduction, data presentation, and conclusion.

The results on this research showed that communication competence of customer service on integrated licensing service agency Banjarbru include knowledge component, motivation, skills, and creadibility from comunicator. Communication competence of customer service on BP2T official Banjarbaru have fulfilled Service Operational Standar and improving public service satisfaction.

Key Words : communication competence, public service, satisfaction

PENDAHULUAN

Dalam pelayanan pemerintah kepada masyarakat harus selalu diberikan secara tepat, cepat, murah, terbuka, sederhana dan mudah dilaksanakan. pelayanan publik dewasa ini terlihat masih banyak membutuhkan pembenahan dan perbaikan. Kualitas pelayanan yang tersedia masih dinilai belum sesuai dengan harapan dan kebutuhan masyarakat. Pada instansi pemerintahan Badan Pelayanan Perijinan Terpadu, yaitu salah satu instansi pemerintah di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan mempunyai 54 (lima puluh empat) jenis pelayanan perijinan yang harus dilaksanakan setiap hari

oleh para *Customer service* yang bertugas melayani semua jenis ijin yang berhubungan dengan masyarakat karena institusi Badan Pelayanan Perijinan Terpadu ini dibentuk dengan maksud meningkatkan serta terselenggara dengan sebaiknya pelayanan umum kepada masyarakat, khususnya kepada masyarakat kota Banjarbaru. Badan Pelayanan Perijinan Terpadu ini memiliki divisi khusus petugas pelayanan garis depan kepada publik yaitu "*customer service*".

Pada Badan Pelayanan Perijinan Terpadu, terdapat 8 *customer service* yang setiap harinya bergantian dan dibagi menjadi 4 orang

yang berdiri di depan meja informasi dikantor tersebut. *Customer service* pada Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Banjarbaru bertugas untuk melayani, memberi informasi menyampaikan hal-hal terkait persyaratan yang harus dipenuhi, termasuk menyampaikan penolakan apabila perijinan yang dimohonkan oleh para pelanggan atau masyarakat tidak memenuhi persyaratan, ini meliputi perijinan yang kemungkinan termasuk perijinan, non perijinan atau perijinan paralel yang dimohonkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, juga tata cara mengisi formulir sampai dengan selesainya ijin tersebut. *Customer service* juga

menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik..

Salah satu bentuk upaya meningkatkan kualitas pelayanan publik dengan menyusun Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk menilai tingkat kualitas pelayanan yang diberikan. Berikut adalah data nilai rata-rata dari masing-masing unsur pelayanan :

Table 1.1 : Indeks kepuasan masyarakat tahun 2012

NO	UNSUR PELAYANAN	NILAI
1.	Prosedur Pelayanan	3,35
2.	Persyaratan Pelayanan	3,31
3.	Kejelasan Petugas Pelayanan	3,31
4.	Kedisiplinan Petugas Pelayanan	3,22
5.	Tanggung Jawab Petugas Pelayanan	3,26
6.	Kemampuan Petugas Pelayanan	3,32
7.	Kecepatan Pelayanan	3,11
8.	Keadilan Mendapatkan	3,19

	Pelayanan	
9.	Kesopanan dan Keramahan Petugas	3,41
10.	Kewajaran Biaya Pelayanan	3,33
11.	Kepastian Biaya Pelayanan	3,28
12.	Kenyamanan Lingkungan	3,35
13.	Keamanan Pelayanan	3,22
14.	Kepastian Jadwal Pelayanan	3,12

Sumber : Laporan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Badan Pelayanan Perijinan Terpadu tahun 2012

Penilaian terhadap kualitas pelayanan dilakukan pada saat pemberian pelayanan, yaitu terjadinya kontak antara pelanggan dengan petugas pemberi pelayanan (*service contact person*). Kualitas pelayanan akan terlihat dari kesesuaian pelayanan yang diterima pelanggan dengan apa yang menjadi harapan dan keinginan pelanggan tersebut.

Kompetensi adalah satu pengaturan atas dimensi performan yang

tampak, termasuk pengetahuan individu, keterampilan, sikap, dan perilaku, seperti halnya tim kolektif, proses, dan kapabilitas organisatoris, itu dihubungkan ke *performance* tinggi, dan menyediakan organisasi dengan keunggulan kompetitif yang bisa menunjang. Komunikasi yang dilakukan antara *customer service* dengan pelanggan adalah komunikasi antar pribadi yang bersifat langsung melalui tatap muka, *customer service* berkomunikasi dengan konsumen secara langsung berhadapan dan dalam bentuk percakapan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, mengenai kemampuan

komunikasi Customer Service dalam melakukan pelayanan yang diberikan oleh Badan Pelayanan Perijinan Terpadu kepada masyarakat dan terdapat Indeks Kepuasan Masyarakat yang merupakan fenomena menarik untuk diteliti, sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kompetensi komunikasi customer service pada Badan Pelayanan Perijinan Terpadu.

TINJAUAN TEORITIS

Pengertian Komunikasi

Menurut Hovland (Effendy, 2001:9) menjelaskan bahwa "ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi

serta pembentukan pendapat dan sikap". Definisi Hovland menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi tidak hanya penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan social memainkan peranan yang sangat penting. Dalam definisinya secara khusus Hovland menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*).

Unsur-unsur komunikasi

Melalui pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, bahwa komunikasi antar manusia

hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi jika didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Laswell (Cangara, 2007:19) yang mengemukakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan berikut: "*Who says, what in, whichchannel to whom with what effect ?*". Miller dan Fleur dalam (Cangara, 2007:23) menambahkan bahwa dalam unsur komunikasi, unsur efek dan umpan balik (*feedback*) merupakan pelengkap dalam membangun

komunikasi yang sempurna.

Kompetensi Komunikasi

Jablin dan Sias (dalam Payne, 2005) mendefinisikan kompetensi komunikasi sebagai sejumlah kemampuan yang dimiliki seorang komunikator untuk digunakan dalam proses komunikasi, yang menekankan pada pengetahuan dan kemampuan. Duran (dalam Salleh, 2006) menyatakan bahwa kompetensi komunikasi merupakan suatu fungsi dari kemampuan seseorang untuk beradaptasi sesuai dengan situasi sosialnya. Brian Spitzberg dan William Cupach (dalam Greene & Burleson, 2003; Payne,2005) menyatakan bahwa

terdapat tiga komponen kompetensi komunikasi, yaitu: *knowledge*, *skills*, dan *motivation*

a. *Knowledge* (pengetahuan)

Spitzberg dan Cupach mengemukakan bahwa pengetahuan dalam hal ini lebih ditekankan pada “ bagaimana” sebenarnya komunikasi daripada “apa” itu komunikasi. Pengetahuan-pengetahuan tersebut diantaranya seperti mengetahui apa yang harus diucapkan, tingkah laku seperti apa yang harus diambil dalam situasi yang berbeda

b. *Motivation*

Motivasi dalam hal ini merupakan hasrat atau keinginan seseorang untuk melakukan komunikasi atau menghindari komunikasi dengan orang lain. Motivasi

biasanya berhubungan dengan tujuan-tujuan tertentu seperti untuk menjalin hubungan baru, mendapatkan informasi yang diinginkan,

c. *Skills*

Skill meliputi tindakan nyata dari perilaku, yang merupakan kemampuan seseorang dalam mengolah perilaku yang diperlukan dalam berkomunikasi secara tepat dan efektif. Kemampuan ini meliputi beberapa hal seperti *other-orientation*, *social anxiety*, *expressiveness*, dan *interaction management*.

Sementara itu, Huspek (1991) dalam Miller (2005 : 74-75) menyebutkan ada 3 elemen kompetensi komunikasi :

1. Kebenaran (*truth*) yang artinya komunikator dapat dipercaya selain karena dia memiliki kredibilitas dalam pengetahuan dan keahliannya
2. Kebebasan (*freedom*) yang artinya komunikator dan pendengar terjadi hubungan setara dan tidak ada satu pihak yang tertindas
3. Keadilan (*justice*) yang artinya komunikator harus mampu menyampaikan pesan dengan tidak memilih-milih siapa khalayak karena informan adalah hak asasi.

Selain 3 faktor di atas faktor kredibilitas juga sangat mempengaruhi kemampuan kerja seorang

karyawan. Seorang *customer service* membutuhkan berbagai keterampilan, salah satunya adalah kredibilitas. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (Cangara, 2007:91).

Kredibilitas yaitu seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak. (Cangara,1998:95). Dalam kredibilitas komunikator terdapat dua komponen komunikator yaitu keahlian komunikator atau kepercayaan kita kepada komunikator.

Customer Service

Customer service didefinisikan sebagai departemen atau fungsi organisasi untuk merespon keinginan atau pengaduan pelanggan mengenai pelayanan suatu organisasi (Ruslan, 2005:277). Servis yang dimaksud adalah teknik kegiatan pasca penjualan (*after-sales service*). Dimana komplain dari pelanggan yang diterima akan memberikan informasi . Setiap perusahaan, terutama yang sangat berorientasi kepada pelanggan selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Pelayanan pelanggan atau *customer service* banyak didominasi oleh perusahaan bisnis pelayanan jasa, terutama di negara berkembang.

Walaupun demikian, pada perkembangannya akhir-akhir ini banyak instansi yang bermunculan dan bersaing untuk memberikan terbaik kepada pelanggannya. Semua ini dilakukan perusahaan agar pelayanan yang diberikan berbeda dengan yang diberikan para pesaing dan sekaligus perusahaan dapat memberikan pemecahan atau solusi secara lengkap bagi pelanggan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang ditempuh dalam penelitian ini adalah pendekatan dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan maksud untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai

kegiatan dan bentuk kompetensi customer service dalam meningkatkan kepuasan pelayanan publik. Dunia sosial dan tingkah laku manusia baru dapat dipahami secara benar apabila kita sebagai peneliti mampu menarik infrensi, melalui proses penghayatan terhadap sistem makna yang terstruktur dalam dunia psikis, sosial dan budaya manusia pelakunya (Faisal, 1990:2).

Selanjutnya bila dikaitkan dengan permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini, bahwa kompetensi komunikasi adalah merupakan gambaran perilaku yang ditunjukkan oleh para pemberi pelayanan dan juga ekspresi

penilaian yang ditunjukkan oleh penerima layanan (pelanggan). Ekspresi oleh kedua belah pihak. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif, karena metode kualitatif dapat memberikan rincian yang lebih kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif.. Selain itu pemilihan pendekatan penelitian kualitatif supaya hasil penelitian ini dapat lebih mendalam tentang kompetensi komunikasi customer service dalam meningkatkan kepuasan pelayanan publik. Pada Penelitian deskriptif akan berhubungan langsung dengan fenomena yang di lihat. Dengan menggabungkan data

skunder, data primer melalui hasil wawancara dan langsung mengamati kegiatan customer service pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Banjarbaru, peneliti akan dengan mudah mengetahui dan menginterpretasikan keadaan sebenarnya mengenai gambaran langsung di tempat penelitian

Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif (*interactive model analysis*) yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (Bungin, 2010: 15-20) yang terdiri atas tiga komponen analisis yaitu reduksi, penyajian data, penarikan kesimpulan.

HASIL DAN

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa komponen dalam berkomunikasi yang harus dimiliki oleh seorang customer service dalam melakukan pelayanan untuk masyarakat adalah memiliki knowledge (pengetahuan), motivation (motivasi), skills (keterampilan) dan ditambah lagi memiliki kredibilitas yang tinggi. Hal tersebut diperlukan agar *customer service* melayani masyarakat dengan maksimal, masyarakat juga dapat menilai kemampuan *customer service* dari komponen tersebut. Sehingga masyarakat juga dapat mengetahui kompetensi yang dimiliki para customer service pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Banjarbaru.

Beragam jenis pelayanan yang ditawarkan oleh Badan Pelayanan

Perijinan Terpadu Kota Banjarbaru, membutuhkan keterampilan yang lebih dari seorang customer service. Karena dengan sebuah keterampilan dan kecekatan dalam pelayanan, akan membuat tupoksi yang diberikan akan cepat terselesaikan. Penampilan juga menjadi faktor terpenting yang dilihat pertama kali oleh masyarakat. Keramahan petugas, penampilan yang rapi oleh customer service akan membuat masyarakat nyaman dalam pelayanan.

Pada Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Banjarbaru, semua komponen tersebut terpenuhi. Sehingga masyarakat tidak komplain dan memberikan keluhan terhadap pelayanan yang di

berikan oleh customer service Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Banjarbaru. Pelayanan maksimal telah di berikan sehingga menciptakan kepuasan dalam pelayanan dan dapat meningkatkan pendapatan daerah Kota Banjarbaru.

PEMBAHASAN

Pada Badan Pelayanan Perijinan Kota Banjarbaru yang setiap harinya melayani masyarakat langsung bertatap muka dan di layani oleh customer service sebagai petugas pelayanan, sangat di perlukannya kompetensi dalam berkomunikasi yang menunjang mereka menjalankan tupoksi dan berbagai perijinan yang

berlangsung dikantor tersebut.

Pelayanan terhadap pelanggan tersebut bukan hanya dalam hal pemenuhan dan memberikan kepuasan tentang apa jasa yang mereka berikan, tetapi juga dalam hal kepuasan masyarakat dalam memperoleh informasi dan menyampaikan keluhan. Kompetensi komunikasi merupakan salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh customer service, yaitu kemampuan tiap pegawai dalam berkomunikasi dengan baik. Dengan banyaknya jenis ijin yang dikeluarkan oleh Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Banjarbaru juga beragam jenis masyarakat yang harus

mereka hadapi setiap harinya, akan menuntut customer service memiliki kompetensi yang lebih dari segi pelayanan agar menciptakan pelayanan prima yang maksimal.

Kompetensi komunikasi dari *customer service* di kantor BP2T kota Banjarbaru telah memiliki kemampuan dan dari pengetahuannya. Selain memiliki strata pendidikan yang memadai dalam hal pelayanan kepada masyarakat, customer service juga memiliki pengetahuan mengenai informasi yang diperlukan oleh masyarakat, sehingga dapat meningkatkan pelayanan publik. motivasi yang didapat oleh customer service BP2T kota Banjarbaru didapatkan melalui pengaruh internal dan eksternal social

mereka. Selain itu, *mind set* dan penilaian dari masyarakat juga menjadi pengaruh penting terhadap kinerja yang mereka berikan dalam melayani masyarakat.

Dari kompetensi komunikasi yang telah di dapatkan oleh customer service melalui berbagai keberhasilan kegiatan dan pernyataan juga tanggapan dari masyarakat, dapat di simpulkan bahwa customer service melaksanakan tupoksi yang diberikan dengan baik. Kepuasan masyarakat pun juga dinyatakan keberhasilannya. Melalui pengetahuan, motivasi, keterampilan dan ditambah dengan kredibilitas, seorang customer service dapat menjalin komunikasi dan hubungan baik antara

perusahaan atau pemerintah dengan masyarakat. Dengan hubungan yang baik itu pula akan tercipta kepercayaan masyarakat dalam melakukan pelayanan dan membangun usaha di kota Banjarbaru. Hal ini akan menambah kemajuan perekonomian dan perkembangan kota Banjarbaru. Kompetensi komunikasi customer service tersebut juga akan menguntungkan individu dalam seluruh kegiatan.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam Badan Pelayanan Perijinan Terpadu terdapat 8 orang customer service yang melayani

masyarakat. Untuk dapat melayani masyarakat dengan maksimal kompetensi komunikasi customer service di butuhkan untuk menciptakan kepuasan masyarakat.

2. Dalam meningkatkan kompetensi customer service dari segi pengetahuan, Badan Pelayanan Perijinan terpadu melakukan kegiatan perekrutan pegawai kontrak untuk mendapatkan pegawai yang memiliki pengetahuan baru dan dapat di bentuk menjadi suatu pegawai yang berpengetahuan mengenai pelayanan publik.
3. Motivasi yang didapatkan oleh customer service dapat dilakukan melalui

kegiatan kunjungan kerja. Disana mereka dapat melihat bagaimana cara kerja kantor BP2T lain dan dapat menjadi acuan mereka agar dapat menjadi pelayan terbaik untuk masyarakat..

4. Keterampilan customer service didapatkan melalui kegiatan pelatihan yang dilakukan seperti kegiatan pelatihan kepribadian dan training. Keterampilan CS diperlukan untuk memudahkan mereka dalam melakukan pelayanan.
5. Kreadibilitas yang terlihat dari customer service BP2T Banjarbaru dibuktikan melalui tindakan, komunikasi verbal dan non verbal yang ditunjukkan melalui keramahan, kerapian,

pelayanan memuaskan yang telah di katakan oleh masyarakat.

Saran

1. Diharapkan Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Banjarbaru Dalam meningkatkan kemampuan komunikasi customer service dari segi pengetahuan Terpadu Kota Banjarbaru dapat bekerja sama dengan Badan Kepegawaian Daerah untuk membuka lowongan pekerjaan yang tepat untuk menjadi seorang CS dan memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai dengan pekerjaannya
2. Melihat pelayanan masyarakat yang telah dilakukan oleh berbagai pihak saat ini sudah sangat berkembang, ditambah

lagi dengan adanya berbagai macam latar belakang pendidikan bermunculan sekarang oleh berbagai universitas, pemerintah seharusnya bisa membuat suatu program khusus dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat khususnya kepada para pelayan masyarakat langsung. Pelayan unit depan dapat diambil atau di rekrut melalui suatu jalur pendaftaran khusus.

3. Pelayanan kepada masyarakat pada saat ini memang sedang marak menjadi sorotan masyarakat bahkan para pejabat pemerintahan sendiri. Melalui pelayanan masyarakat seharusnya dapat dilihat bagaimana kemampuan pemerintah

dalam bekerja. Pemerintah seharusnya kembali melihat bagaimana kinerja para pelayan masyarakat. Masih banyak ditemukan pelayanan masyarakat yang kurang memuaskan bahkan belum menerapkan standar operasional pelayanan 3S (senyum salam sapa).

4. Untuk lebih mempererat kerja sama dalam bekerja dan lebih mempererat silaturahmi antar pegawai dan keluarga, pada kantor BP2T Banjarbaru dapat menyelenggarakan *family gathering* atau darmawisata dengan karyawan dan keluarga karyawan. Hal ini diharapkan agar terciptanya motivasi kerja yang lebih bersemangat dikarenakan karyawan yang rileks dan

tidak tegang dalam bekerja. Famgath juga diharapkan dapat menciptakan keharmonisan kerja sama dalam bekerja antar karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abidin, Y. (2010). *Strategi Membaca*. Bandung : RIZQI PRESS
- Anselm L. Strauss; Juliet Corbin: "*Grounded Theory in Practice*", Sage (1997)
- Bungin, Burhan, HM. 2010. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Denhardt, Janet V. dan Robert B. Denhardt, *The New Public Service. Serving, Not Steering*(New York: M. E. Sharpe, 2003).
- Effendy, Onong Uchjana.2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan*

- Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- And Contexts*. Chicago: McGraw Hill
- Effendy, Onong. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti. Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Faisal, Sanafiah. (1990), *Penelitian Kualitatif; Dasar dan Aplikasi*, Malang: Y A.
- Moch. Nazir. (2003), *Metode Penelitian*, Salemba Empat, Jakarta.
- Fandy Tjiptonodan Gregorius Chandra. 2004. *Service Quality Satisfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Rambat Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat, Depok.
- Hartley, P. (1999). *Interpersonal Communication*, 2nd ed. London: Routledge
- Rickheit, Gert and Strohner, Hans. 2008. *Handbook of Communication Competence*. Germany
- Haksever, C. et al. 2000. *Service Management and Operations*. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Publis Relations dan Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Kotler, Philip dan A.B Susanto (diterjemahkan oleh Benyamin Molan). 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian* (Edisi pertama). Salemba Empat. Jakarta
- Saleh, Abdul Rahman. 2007. *Profesionalisme dan Sumber Daya Manusia di Perpustakaan*. <http://www.bpibr.com/2007_03_01_archive.html> (31 May 2008)
- Miller, Katherine. (2005). *Communication Theories: Perspectives, Processes*
- Sinambela, L.P. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik; Teori, Kebijakan dan Implementasi*, cetakan

- kelima Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Soler, Eva. A., & Jorda, Maria P. S. (2007). *Intercultural Language Use and Language Learning*. Netherlands: Springer
- Spitzberg, Brian H. (2003). *Methods of Interpersonal Skill Assessment*. Dalam: Greene, O.B., & Burleson, R. B. *Handbook of Communication and Social Interaction Skill* (pp. 93-134). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- McClelland, D. C., *Testing for Competence rather than for Intelligence*. *American Psychologist*, 28, 1973:1-4
- Mela Diana ari Cendani, tahun 2008, Universitas Muhammadiyah Malang, skripsi dengan judul "peran *customer service* dalam meningkatkan kualitas pelayanan nasabah pada PT. Bank Jatim (persero) tbk kantor cabang malang" diakses 9 maret 2014
- Parasuraman, A., Zeithmal, V.A. & Berry, L.L., (1988), *SERVQUAL: A Multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*, *Journal of Retailing*, 64 (Spring), pp.12-40
- Payne, H.J, (2005). "Reconceptualizing *Social Skills in Organizations : Exploring the Relationship Between Communication Competence. Job performance and supervisory roles*". *Journal of Leadership & Organizational Studies*, Vol 11, No. 2
- Reni Mardiani, 2007, Universitas Padjadjaran Bandung, skripsi dengan judul "peranan *customer service* dalam menjaga loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung" dalam [http://lib.fikom.unpad.ac.id/digilib/gdl.php?mod=rowse&op=read&id=jbpt_unpadfikom-gdlrenimardia-333](http://lib.fikom.unpad.ac.id/digilib/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbpt_unpadfikom-gdlrenimardia-333), diakses 9 September 2015

Salleh, L.M. (2006).
*Communication Competence: A
Malaysian Perspective.*

Journal of Human
Communication Vol. 11
No. 3, pp. 303-312 [On-
line series]. Available
FTP:

[www.uab.edu/Communi-
cationstudies/human
communication/11.3.04.p
df](http://www.uab.edu/Communicationstudies/humancommunication/11.3.04.pdf)

Peraturan Perundang-undangan

:

Keputusan Menteri
Pendayagunaan
Aparatur Negara Nomor
: KEP/25/M.PAN/2/2004
tentang pedoman umum
penyusunan indeks
kepuasan masyarakat
unit pelayanan instansi
pemerintah