

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh Komunikasi Interpersonal *Costumer Service* terhadap Kepuasan Nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *Costumer Service* terhadap kepuasan nasabah di bank **bjb** Kantor Cabang Sumedang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan teknik pengumpulan data dengan metode survey menggunakan *Google Form*. Sampel yang diambil menggunakan *Non-probability sampling* jenis *purposive sampling* dengan jumlah keseluruhan responden sebanyak 100 orang dengan karakteristik merupakan nasabah bank **bjb** Kantor Cabang Sumedang. Selanjutnya, Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM). Sehingga, berdasarkan hasil pengujian dari hipotesis adalah terdapat pengaruh pada Komunikasi Interpersonal *Costumer Service* terhadap kepuasan bank **bjb** Kantor Cabang Sumedang. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa sub-variabel *supportiveness* memiliki pengaruh paling besar pada variable Komunikasi Interpersonal. Sedangkan pada variable Kepuasan Nasabah, dimensi Pelayanan yang sesuai memiliki pengaruh paling besar diantara dimensi lainnya.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, *Costumer Service*, Kepuasan Nasabah