

## RINGKASAN

Kegiatan yang paling dasar bagi penjual ritel selama pertukaran terjadi adalah komunikasi. Keberhasilan dalam menjual tergantung pada komunikasi interpersonal yang sukses (Williams and Spiro, 1985). Oleh sebab itu, pelayanan yang baik itu adalah dengan dilakukannya proses komunikasi yang tepat dalam penyampaian informasi pada pelanggan. Harris dan Rosenthal (1985) mengatakan bahwa kesan pertama adalah pengaruh penting dalam berbagai interaksi antar pribadi (dalam Evans, Kleine, Landry and Crosby 2000). Selain itu, juga melihat *source credibility* atau kredibilitas sumber dari informasi yang disampaikan oleh pramuniaga. Kredibilitas sumber merupakan kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, kejujuran, dinamika dan profesionalisme pramuniaga.

Selanjutnya, kepuasan bisa menggambarkan ekspektasi yang berbeda dari pelanggan terhadap kinerja pramuniaga. Ekspektasi tersebut akan menimbulkan perasaan senang atau kecewa tergantung pada berbagai situasi dan kondisi dari proses interaksi yang telah terjadi. Dampaknya akan mempengaruhi kepercayaan pelanggan. Ketika pelanggan puas dan percaya, maka kinerja pramuniaga dalam proses interaksi itu baik.

Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya tepatnya di pusat penjualan HP yang terbesar di Surabaya dan Jawa Timur yaitu di WTC (*World Trade Center*) yang terletak di Jalan Pemuda no 27-31 dan bersebelahan dengan Plaza Surabaya atau lebih dikenal dengan Delta Plaza. WTC dapat disebut sebagai *one stop shopping area*. Setelah memilih WTC sebagai objek penelitian maka subjek pada penelitian adalah pelanggan yang membeli HP di *counter* Apollo WTC Surabaya.. Karena Apollo merupakan outlet terbesar di WTC dan merupakan outlet resmi merek HP terkemuka baik GSM maupun CDMA, yang menyediakan model-model HP dari berbagai merek terkenal.

Rumusan masalah penelitian ini adalah (1) Apakah *salesperson interpersonal process attributes* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* ? (2) Apakah *source credibility* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*? (3) Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer trust* ?. Kemudian tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk

(1) Menjelaskan pengaruh *salesperson interpersonal process attributes* terhadap *customer satisfaction*, (2) Menjelaskan pengaruh *source credibility* terhadap *customer satisfaction* dan (3) Menjelaskan pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer trust*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 responden atau pelanggan yang membeli HP di *counter* HP Apollo WTC Surabaya. Penelitian ini menguji tiga hipotesis yaitu : (1) *Salesperson Interpersonal Process Attributes* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*, (2) *Source Credibility* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan (3) *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Trust*. Berdasarkan tiga hipotesis tersebut, pengujian dilakukan dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan program AMOS 18.0. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh diantara variabel.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atribut proses interpersonal pramuniaga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti menarik kesimpulan bahwa atribut jasa pramuniaga *counter* Apollo belum bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan HP di *counter* Apollo. Sedangkan variabel kredibilitas sumber berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti menarik kesimpulan bahwa kredibilitas sumber yang berasal dari pramuniaga *counter* Apollo dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan HP di *counter* Apollo. Kemudian, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Peneliti menarik kesimpulan bahwa kepuasan yang telah dirasakan oleh pelanggan *counter* Apollo atas proses komunikasi dan pelayanan yang diberikan oleh pramuniaga *counter* Apollo dapat menimbulkan kepercayaan pelanggan *counter* HP Apollo.