

**ABSTRAK****Pengaruh *Salesperson Interpersonal Process Attributes* dan *Source Credibility* Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan di Counter HP Apollo WTC Surabaya**

Penelitian ini meneliti mengenai kemampuan berkomunikasi pramuniaga terhadap pelanggan dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Salah satunya adalah *salesperson interpersonal process attributes* yang merupakan kesan pertama dalam interaksi antar pribadi. Di sisi lain, 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.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh atribut proses interpersonal pramuniaga dan kredibilitas sumber terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data dikumpulkan dengan kuesioner dan responden 150 pelanggan yang membeli HP di counter HP Apollo WTC Surabaya.

Tiga hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan dan diuji menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan program AMOS 18.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atribut proses interpersonal pramuniaga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel kredibilitas sumber berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

Kata kunci : Atribut Proses Interpersonal Pramuniaga, Komunikasi Antar pribadi, Kredibilitas Sumber, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan

**ABSTRACT**

***Influence of Salesperson Interpersonal Process Attributes and Source Credibility Toward Satisfaction and Customer Trust at The Counter HP Apollo WTC Surabaya***

*This research is investigated the ability to communicate salesperson to customers in improving customer satisfaction and trust. One of these attributes is the salesperson interpersonal process that is the first impression in interpersonal interactions. On the other hand, the source credibility is competence, attitude, goals, personality, honesty, dynamism and professionalism salesperson. Furthermore, satisfaction can describe the different expectations of the customers on the performance of the salesperson. The expectations will lead to feelings of pleasure or disappointment depending on various situations and conditions of the process interactions that have occurred. The impact will affect the customers trust. When customers are satisfied and believe, then the salesperson's performance in the process of interaction was good.*

*The aim of this research is to examine the influence of salesperson interpersonal process attributes and source credibility toward satisfaction and customer trust. This research uses quantitative methods, data collected by questionnaire and the respondents are 150 customer who buy HP at counter HP Apollo WTC Surabaya.*

*Three hypotheses in this research are formulated and tested using SEM (Structural Equation Modelling) with AMOS 18.0 program. The result shows variable salesperson interpersonal process attributes does not significantly influence customer satisfaction. While the variable source credibility significantly influence customer satisfaction. Then, variable customer satisfaction significantly influence customer trust.*

*Keywords : Salesperson Interpersonal Process Attributes, Interpersonal Communication, Source Credibility, Customer Satisfaction, Customer Trust*