

ABSTRAK

Pelayanan dalam dunia perbankan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Dalam memberikan pelayanan, bank tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *customer service*. *Customer service* yang melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, *customer service* dalam berhubungan dengan para nasabah selalu berusaha agar menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal pada *customer service* terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan dilakukan dengan menggunakan *non-probability sampling* jenis *incidental sampling* pada nasabah Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan uji hipotesis parsial (Uji-t) komunikasi interpersonal *customer service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung sebesar 77,2% dan sisanya 22,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, promosi, dll.

Kata kunci : komunikasi interpersonal, *customer service*, kepuasan nasabah