

ABSTRAK

Setiap perusahaan akan melakukan usaha terbaik agar bisa bersaing dengan kompetitornya. Persaingan yang ketat di sektor telekomunikasi juga terjadi di Indonesia. Pada tahun 1989, sektor telekomunikasi masih dimonopoli oleh pemerintah, namun sejak tahun 2000 berdasarkan kebijakan pemerintah membuka lebar bagi munculnya pemain baru dalam sektor telekomunikasi. Hal ini menjadi sebuah awal terciptanya lingkungan kompetitif di sektor telekomunikasi. Seiring kondisi globalisasi, peran telekomunikasi menjadi sangat penting, masyarakat membutuhkan pertukaran informasi yang lebih cepat. Selain itu perkembangan di bidang informasi saat ini begitu cepat dan pesat, baik dilihat dari sisi isi maupun teknologi yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Oleh karena itu hadirnya GraPARI Telkomsel sangat berpengaruh dalam perkembangan industri telekomunikasi, khususnya di Surabaya.

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa pengaruh variabel *kinesics*, *proxemics*, *paralanguange* dan *physical appeareance* terhadap *customer loyalty* melalui *emotional response* dan *customer satisfaction* pelanggan GraPARI Telkomsel di Surabaya. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu berdasarkan data dari 105 responden yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, berdomisili di Surabaya, dengan batasan usia 18-60 tahun. Kuesioner diberikan kepada pengunjung GraPARI Telkomsel di Surabaya selama 1 tahun terakhir. Untuk pengolahan dan penganalisaan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 22.0. Selanjutnya, untuk mentabulasi hasil penelitian responden, serta melakukan pengujian model penelitian adalah dengan menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Model* (SEM).

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa hubungan variabel *Kinesic* berpengaruh signifikan terhadap *Emotional Response* dengan koefisien regresi sebesar 0.230 dan C.R sebesar 2.598; variabel *Proxemics* berpengaruh signifikan terhadap *Emotional Response* dengan koefisien regresi sebesar 0.511 dan C.R sebesar 3.648; variabel *Paralanguange* berpengaruh signifikan terhadap *Emotional Response* dengan koefisien regresi sebesar 0.416 dan C.R sebesar 3.866; variabel *Physical Appeareance* berpengaruh signifikan terhadap *Emotional Response* dengan koefisien regresi sebesar 0.263 dan C.R sebesar 2.398; variabel *Emotional Response* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dengan koefisien regresi sebesar 0.699 dan C.R sebesar 6.521; variabel *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan koefisien regresi sebesar 0.547 dan C.R sebesar 4.721.

Kata Kunci: *Kinesics, Proxemics, Paralanguange, Physical Appeareance, Customer Loyalty, Emotional Response, Customer Satisfaction.*

ABSTRACT

Every company will do its best to compete with its competitors. There is also intense competition in the telecommunications sector in Indonesia. In 1989, the telecommunications sector was still monopolized by the government, but since 2000 based on government policies it has opened wide for the emergence of new players in the telecommunications sector. This marks the beginning of a competitive environment in the telecommunications sector. In line with globalization, the role of telecommunications is very important, society needs a faster exchange of information. In addition, developments in the information sector are now so fast and rapid, both in terms of content and the technology used to convey information. Therefore, the presence of GraPARI Telkomsel is very influential in the development of the telecommunications industry, especially in Surabaya.

This study aims to analyze the effect of kinesics, proxemics, paralanguage and physical appearance variables on customer loyalty through emotional response and customer satisfaction of Telkomsel GraPARI customers in Surabaya. The sample used in this study is based on data from 105 male and female respondents, living in Surabaya, with an age limit of 18-60 years. The questionnaire was given to GraPARI Telkomsel visitors in Surabaya for the past 1 year. For processing and analyzing data in this study using SPSS 22.0. Furthermore, to tabulate the results of the respondents' research, as well as to test the research model is to use the Structural Equation Model (SEM) data analysis technique.

The empirical findings show that the Kinesic variable relationship has a significant effect on Emotional Response with a regression coefficient of 0.230 and C. R of 2.598; The Proxemics variable has a significant effect on Emotional Response with a regression coefficient of 0.511 and C. R of 3.648; Paralanguage variable has a significant effect on Emotional Response with a regression coefficient of 0.416 and C. R of 3.866; Physical appearance variable has a significant effect on Emotional Response with a regression coefficient of 0.263 and C. R of 2.398; Emotional Response variable has a significant effect on Customer Satisfaction with a regression coefficient of 0.699 and C. R of 6,521; Customer Satisfaction variable has a significant effect on Customer Loyalty with a regression coefficient of 0.547 and C. R of 4.721.

Keywords: Kinesics, Proxemics, Paralanguage, Physical Appearance, Customer Loyalty, Emotional Response, Customer Satisfaction.