

**Studi Deskriptif Komunikasi Interpersonal BRILINK dengan Nasabah Dalam  
Meningkatkan Loyalitas Nasabah BRILINK di Desa Balingasal Kec. Padureso Kab.**

**Kebumen**

**ABSTRAK**

Komunikasi interpersonal yang baik adalah dengan melakukan komunikasi satu sama lain dengan tujuan membantu komunikasi yang mengarah dan bisa menjadikan komunikasi yang baik. Dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada BRILINK salah satunya yaitu dengan adanya komunikasi yang baik dengan nasabah menjadikan adanya hal yang di sampaikan dengan tujuan nasabah memiliki kenyamanan dalam melakukan suatu pelayanan atau transaksi yang ada. Dalam hal ini untuk mencapai adanya meningkatnya loyalitas Nasabah dengan menggunakan Komunikasi Interpersonal memiliki beberapa tahapan yang harus di lakukan sehingga nantinya bisa mengetahui loyalitas nasabah yang di inginkan. Peneliti melakukan penelitian ini pada bagian komunikasi Interpersonal yang mana untuk meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BRILINK. Metode pendekatan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana peneliti menggali dan mengkaji lebih dalam tentang fenomena yang sedang di teliti. Teknik yang di gunakan oleh peneliti yaitu Observasi, dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa adanya pelayanan yang di utamakan dalam meningkatkan suatu loyalitas nasabah dengan pelayanan yang baik dan mengutamakan kenyamanan nasabah , serta dapat membantu nasabah dalam hal apapun sehingga akan adanya meningkatnya loyalitas nasabah pada saat ini.

***Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal , Loyalitas Nasabah, Agen BRILINK , Nasabah***

**Descriptive Study of BRILINK Interpersonal Communication with Customers in  
Increasing BRILINK Customer Loyalty in Balingasal Village, Padureso District,  
Kebumen Regency**

**ABSTRACT**

Good interpersonal communication is to communicate with each other with the aim of forming communication that leads and can make good communication. In increasing customer loyalty to BRILINK, one way is by having good communication with customers so that things are conveyed with the aim that customers have comfort in carrying out an existing service or transaction. In this case, to achieve an increase in customer loyalty by using Interpersonal Communication, there are several steps that must be carried out so that later you can find out the desired customer loyalty. Researchers conducted this research on the Interpersonal communication section which is to increase customer loyalty in using BRILINK services. This approach method uses a qualitative descriptive approach in which the researcher explores and examines more deeply the phenomenon being studied. The techniques used by researchers are observation and interviews. The results of this study indicate that there are services that are prioritized in increasing customer loyalty with good service and prioritizing customer comfort, and can help customers in any way so that there will be increased customer loyalty at this time.

**Keywords:** Interpersonal Communication, Customer Loyalty, BRILINK Agents, Customers