

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN  
( STUDI PADA JASTIP *PUDU\_SUN* DALAM PEMESANAN PRODUK  
*PHOTOCARD* DAN ALBUM *K-POP* )**



**Disusun Oleh:**

Nama: Rolanda Hapsari

NIM: 1410621068

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2026**



## ABSTRAK

**Rolanda Hapsari (1410621068), Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada *Jastip Pudu\_sun* Dalam Pemesanan Produk *Photocard Dan Album Kpop*). Halaman 1- 172, 14 Buku (2011-2024), 12 Jurnal (2018-2026). Program Studi Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2026.**

Penelitian ini dilakukan karena pentingnya komunikasi interpersonal antara pelanggan dengan admin *jastip pudu\_sun* dalam proses pemesanan produk *photocard dan album k-pop* melalui whatsapp yang dikelola oleh admin *jastip*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal, pengaruh kepuasan pelanggan, serta pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini mengaplikasikan teori komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh Joseph A. DeVito digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan hubungan antara kedua variabel penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan jenis penelitian eksplanatif. Populasi penelitian adalah para pelanggan *pudu\_sun* yang sebelumnya sudah memesan produk berupa *photocard dan album k-pop*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner kepada 42 orang yang menjadi responden.

Hasil penelitian pada nilai rata rata variabel komunikasi interpersonal paling tertinggi yaitu *effects* yang artinya pesan atau komunikasi yang disampaikan mampu memberikan pengaruh, respon, maupun dampak yang kuat terhadap audiens atau penerima pesan. Selanjutnya untuk hasil penelitian pada nilai rata rata variabel kepuasan pelanggan paling tertinggi yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan dan kesediaan merekomendasikan yang artinya pengalaman yang dirasakan pelanggan telah memenuhi harapan mereka secara keseluruhan dan pelanggan yang merasa puas akan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Berdasarkan hasil uji normalitas, data penelitian berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi analisis. Berdasarkan hasil uji linearitas, hubungan antara komunikasi interpersonal dan kepuasan pelanggan bersifat linear. Berdasarkan hasil regresi linear sederhana dan uji hipotesis (*uji t*), komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam pemesanan *produk photocard dan album k-pop* pada *jastip pudu\_sun*. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, komunikasi interpersonal mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

Dengan adanya penelitian ini disarankan agar *pudu\_sun* tetap menjaga komunikasi interpersonal yang baik dengan para pelanggan, dan bersikap yang ramah, responsive, serta kemampuan dalam menyampikan informasi dengan jelas harus tetap dipertahankan karena terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan selama proses pemesanan produk *photocard* dan *album k-pop*.

**Kata Kunci:** Komunikasi Interpersonal, Kepuasan Pelanggan



*Intelligentia - Dignitas*

## ABSTRACT

***Rolanda Hapsari (1410621068), The Influence of Interpersonal Communication on Customer Satisfaction (Study on Jastip Pudu\_sun in Ordering Photocard and KPop Album Products). Pages 1-172, 14 Books (2011-2024), 12 Journals (2018-2026). Study Program of Social Sciences and Law, State University of Jakarta, 2026.***

*This research was conducted due to the importance of interpersonal communication between customers and the administrator of the pudu\_sun personal shopping service jastip during the process of ordering K-pop photocards and albums via WhatsApp. The study aims to examine interpersonal communication, customer satisfaction, and the influence of interpersonal communication on customer satisfaction. It applies the interpersonal communication theory proposed by Joseph A. DeVito as the basis for explaining the relationship between the two research variables.*

*This study employs a quantitative approach using a survey method and an explanatory research design. The research population consists of pudu\_sun customers who have previously ordered K-pop photocards and albums. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 42 respondents.*

*The results regarding the interpersonal communication variable show that the highest average score was for "effects" indicating that the messages or communication conveyed were capable of generating a strong influence, response, or impact on the audience or message recipients. Regarding the customer satisfaction variable, the highest average scores were found in "overall customer satisfaction" and "willingness to recommend," signifying that the customers' experiences met their overall expectations and that satisfied customers were willing to recommend the service to others.*

*Normality test results indicate that the research data are normally distributed, thereby satisfying analysis assumptions. Linearity test results show a linear relationship between interpersonal communication and customer satisfaction. Based on the results of simple linear regression and hypothesis testing (t-test), interpersonal communication influences customer satisfaction regarding the ordering of K-pop photocards and albums through the pudu\_sun purchasing service jastip. The coefficient of determination test results indicates that interpersonal communication accounts for the variation in customer satisfaction.*

*Based on this study, it is recommended that pudu\_sun maintain good interpersonal communication with customers. Qualities such as friendliness, responsiveness, and the ability to convey information clearly should be upheld, as they have been proven to influence customer satisfaction during the process of ordering K-pop photocards and albums.*

*Keywords: Interpersonal Communication, Customer Satisfaction*



*Intelligentia - Dignitas*

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Rolanda Hapsari  
NIM : 1410621068  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada *Jastip Pudu\_Sun* Dalam Pemesanan Produk *Photocard Dan Album K-Pop*)” adalah:

1. Skripsi ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (ahli madya, sarjana, magister, dan/atau doctor) baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni hasil gagasan dan rumusan penelitian saya sendiri. Tanpa bantuan dari orang lain, kecuali bimbingan dan arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis maupun dipublikasikan ke orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai sitasi dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menanggung segala sanksi akademik sesuai dengan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Juli 2026



Rolanda Hapsari

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada *Jastip Pudu\_Sun* Dalam Pemesanan Produk *Photocard* Dan *Album K-Pop*)**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si

NIP. 197803182008012010



04/08  
2026

Dosen Pembimbing II

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Wiratri Anindhita, S.I.P., M.Sc.

NIP. 198405312019032008



05/08  
2026

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FISH UNJ



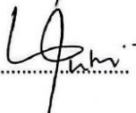
Dr. Dini Safitri, S.Sos., M.Si.

NIP. 198402062010122002

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum  
Universitas Negeri Jakarta



| No. | Nama                                                                                           | Tanda Tangan                                                                         | Tanggal       |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1.  | <u>Nada Arina Romli, S.I.Kom., M.I.Kom</u><br>NIP. 199109142019032022<br>Ketua                 |    | 03/08<br>2026 |
| 2.  | <u>Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, S.Sos., M.Si.</u><br>NIP. 197403092005012001<br>Penguji Ahli I |    | 06/08<br>2026 |
| 3.  | <u>Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si.</u><br>NIP. 197311212006042001<br>Penguji Ahli II   |    | 10/08<br>2026 |
| 4.  | <u>Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si</u><br>NIP. 197803182008012010<br>Pembimbing I                |  | 04/08<br>2026 |
| 5.  | <u>Dr. Wiratri Anindhita, S.I.P., M.Sc.</u><br>NIP. 198405312019032008<br>Pembimbing II        |  | 05/08<br>2026 |

Tanggal Lulus: 14 Agustus 2026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,  
SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
**UPT PERPUSTAKAAN**  
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: (021) 4894221  
Laman: lib.unj.ac.id.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, saya yang  
bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rolanda Hapsari  
NIM : 1410621068  
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/S1 Ilmu Komunikasi  
Alamat Surel : rolandahapsari7@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk  
memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak  
Bebas Royalti Non-Eksklusif atas Karya Ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-Lain (.....)

yang berjudul: **Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan  
Pelanggan (Studi Pada *Jastip Pudu\_Sun* Dalam Pemesanan Produk  
*Photocard Dan Album K-Pop*)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan  
Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, dan  
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*),  
mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet  
atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu  
meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai  
penulis/pencipta dan/atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan  
pihak UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan  
hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Juli 2026

  
Rolanda Hapsari

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabaraktuh. Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan nikmat, rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada *Jastip Pudu\_Sun* Dalam Pemesanan Produk *Photocard Dan Album K-Pop*)”.

Proses penyusunan skripsi ini tidak luput dari dukungan, doa dan juga bantuan yang telah diberikan oleh banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menghanturkan rasa syukur dan ucapan terima kasih banyak kepada kedua orang tua, kakak tersayang yang telah memberikan dukungan doa, moral, hingga materi yang tak terhingga semenjak awal perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

Selanjutnya peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung dan membimbing peneliti selama penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si., selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Ifan Iskandar, M.Hum., selaku Wakil Rektor I Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Ari Saptono, S.E. M.Pd., selaku Wakil Rektor II Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Fahrurrozi, M.Pd., selaku Wakil Rektor III Universitas Negeri Jakarta dan Prof. Dr. Andy Hadiyanto., selaku wakil rektor IV Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Dr. Kurniawati, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Dr. Aris Munandar, M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta dan Dr. E. Nugrahaeni P, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Dini Safitri, M. Si. Selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta
4. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si. yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesai.

5. Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc, CPR. yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesai.
6. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si. dan Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
7. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UNJ, Dr. Dini Safitri, M. Si., Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si., CICS, CPR, Dr. Elisabet Nugrahaeni P.,M.Si. Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc, CPR., Vera Wijayanti Sutjipto, S.Sos.,M.Si., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom, Nada Arina Romli, M.I.Kom., Dr. M.Fikri Akbar, M.Si, M.M., serta Sandy Allifiansyah, S.I.Kom., MA, Ph.D., Mega Ayu Permatasari, M.Si., Noprita Herari, M.lkom., yang telah memberikan ilmu serta dukungan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi.
8. Seluruh responden yakni pelanggan *pudu\_sun* pemesanan produk *photocard* dan *album k-pop*.
9. Kepada teman seperjuangan saya, terima kasih atas segala dukungan, bantuan, kebersamaan, serta semangat yang telah diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Semoga kebersamaan yang telah terjalin dapat terus terjaga dengan baik di masa yang akan datang.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan; semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan kelancaran kepada semua pihak yang terlibat. Peneliti juga menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini, sehingga dengan penuh kerendahan hati peneliti membuka diri terhadap kritik, saran, dan masukan yang membangun agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan digunakan sebaik-baiknya di masa mendatang, baik bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Jakarta, 02 Juli 2026

*Intelligentia - Dignitas* Peneliti,

Rolanda Hapsari



*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR ISI

|                                                        |             |
|--------------------------------------------------------|-------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                                   | <b>i</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                  | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>      | <b>v</b>    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>                 | <b>viii</b> |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>                 | <b>ix</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                            | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                               | <b>xvi</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                             | <b>xix</b>  |
| <b>DAFTAR GRAFIK.....</b>                              | <b>xx</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                            | <b>xxi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                         | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....                      | 1           |
| 1.2. Identifikasi Masalah.....                         | 14          |
| 1.3. Pembatasan Masalah .....                          | 15          |
| 1.4. Rumusan Masalah .....                             | 16          |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....                          | 19          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                     | <b>21</b>   |
| 2.1. Tinjauan Teoritis .....                           | 21          |
| 2.1.1. <i>Communication Interpersonal Theory</i> ..... | 21          |
| 2.2. Variabel Penelitian .....                         | 24          |
| 2.2.1. Komunikasi Interpersonal.....                   | 25          |
| 2.2.2. Kepuasan Pelanggan.....                         | 29          |
| 2.3. Penelitian Terdahulu.....                         | 32          |
| 2.4. Hipotesis Teori.....                              | 53          |
| 2.5. Model Penelitian.....                             | 54          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                  | <b>55</b>   |
| 3.1. Paradigma Penelitian .....                        | 55          |

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.2. Metode Penelitian .....                                             | 56        |
| 3.3. Pendekatan Penelitian .....                                         | 57        |
| 3.4. Jenis Penelitian .....                                              | 58        |
| 3.5. Populasi, Sampel, Ukuran Sampel dan Teknik Penarikan<br>Sampel..... | 58        |
| 3.5.1. Populasi .....                                                    | 58        |
| 3.5.2. Sampel.....                                                       | 59        |
| 3.5.3. Ukuran Sampel .....                                               | 59        |
| 3.5.4. Teknik Penarikan Sampel.....                                      | 60        |
| 3.6. Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik.....                        | 62        |
| 3.6.1. Hipotesis Riset .....                                             | 62        |
| 3.6.2. Hipotesis Statistik.....                                          | 62        |
| 3.7. Metode Pengumpulan Data .....                                       | 63        |
| 3.8. Metode Pengukuran Data .....                                        | 63        |
| 3.8.1. Uji Validitas.....                                                | 63        |
| 3.8.2. Uji Reliabilitas .....                                            | 67        |
| 3.9. Metode Analisis Data .....                                          | 71        |
| 3.9.1. Analisis <i>Univariat</i> .....                                   | 71        |
| 3.9.2. Analisis <i>Bivariat</i> .....                                    | 72        |
| 3.9.2.1. Uji Normalitas .....                                            | 72        |
| 3.9.2.2. Uji Linearitas.....                                             | 73        |
| 3.9.2.3. Uji Regresi Linear Sederhana .....                              | 73        |
| 3.9.2.4. Uji Hipotesis .....                                             | 74        |
| 3.9.2.5. Uji Koefisien Determinasi .....                                 | 75        |
| 3.10. Definisi Operasional Konsep .....                                  | 76        |
| 3.10.1. Komunikasi Interpersonal (X).....                                | 77        |
| 3.10.2. Kepuasan Pelanggan (Y) .....                                     | 84        |
| 3.11. Operasional Konsep.....                                            | 88        |
| 3.12. Waktu dan Tempat Penelitian.....                                   | 90        |
| 3.13. Keterbatasan dan Kelemahan.....                                    | 90        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>                      | <b>91</b> |

|                                                                                                                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1. Hasil Penelitian .....                                                                                                                                                           | 91  |
| 4.1.1. Hasil Penelitian Komunikasi Interpersonal Pada <i>Jastip Pudu_Sun</i> Dalam Pemesanan Produk <i>Photocard Dan Album K-Pop</i> .....                                            | 91  |
| 4.1.1.1. Nilai <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Komunikasi Interpersonal .....                                                                                                        | 111 |
| 4.1.1.2. Nilai <i>Mean</i> Per Indikator Variabel Komunikasi Interpersonal .....                                                                                                      | 113 |
| 4.1.2. Hasil Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan Pada <i>Jastip Pudu_Sun</i> Dalam Pemesanan Produk <i>Photocard Dan Album K-Pop</i> .....                                         | 115 |
| 4.1.2.1. Nilai <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Kepuasan Pelanggan .....                                                                                                              | 135 |
| 4.1.2.2. Nilai <i>Mean</i> Per Indikator Variabel Komunikasi Interpersonal .....                                                                                                      | 136 |
| 4.1.3. Hasil Penelitian Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap kepuasan pelanggan Studi Pada <i>Jastip Pudu_Sun</i> Dalam Pemesanan Produk <i>Photocard Dan Album K-Pop</i> ..... | 139 |
| 4.1.3.1. Uji Normalitas .....                                                                                                                                                         | 139 |
| 4.1.3.2. Uji Linearitas .....                                                                                                                                                         | 140 |
| 4.1.3.3. Analisis Regresi .....                                                                                                                                                       | 141 |
| 4.1.3.3.1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....                                                                                                                                   | 141 |
| 4.1.3.3.2. Uji Hipotesis (Uji t) .....                                                                                                                                                | 142 |
| 4.1.3.3.3. Uji Koefisien Determinasi .....                                                                                                                                            | 143 |
| 4.2. Pembahasan Penelitian .....                                                                                                                                                      | 144 |
| 4.2.1. Komunikasi Interpersonal Pada <i>Jastip Pudu_Sun</i> Dalam Pemesanan Produk <i>Photocard Dan Album K-Pop</i> . .....                                                           | 144 |

|                                                                                                                                                                                     |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.2.1.1. Penjelasan Dimensi dan Indikator Variabel<br>Komunikasi Interpersonal (X) .....                                                                                            | 145        |
| 4.2.2. Kepuasan Pelanggan Pada <i>Jastip Pudu_Sun</i> Dalam<br>Pemesanan Produk <i>Photocard Dan Album K-Pop</i> .....                                                              | 155        |
| 4.2.2.1. Penjelasan Dimensi dan Indikator Variabel<br>Kepuasan Pelanggan (Y) .....                                                                                                  | 156        |
| 4.2.3. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap<br>Kepuasan Pelanggan (Studi Pada <i>Jastip Pudu_Sun</i><br>Dalam Pemesanan Produk <i>Photocard Dan Album K-<br/>Pop</i> ). ..... | 163        |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....                                                                                                                                                          | <b>169</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                                                                                                                                                               | 169        |
| 5.2. Saran.....                                                                                                                                                                     | 173        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                                                                                                                                                         | <b>175</b> |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                                                                                                                                                               | <b>xix</b> |



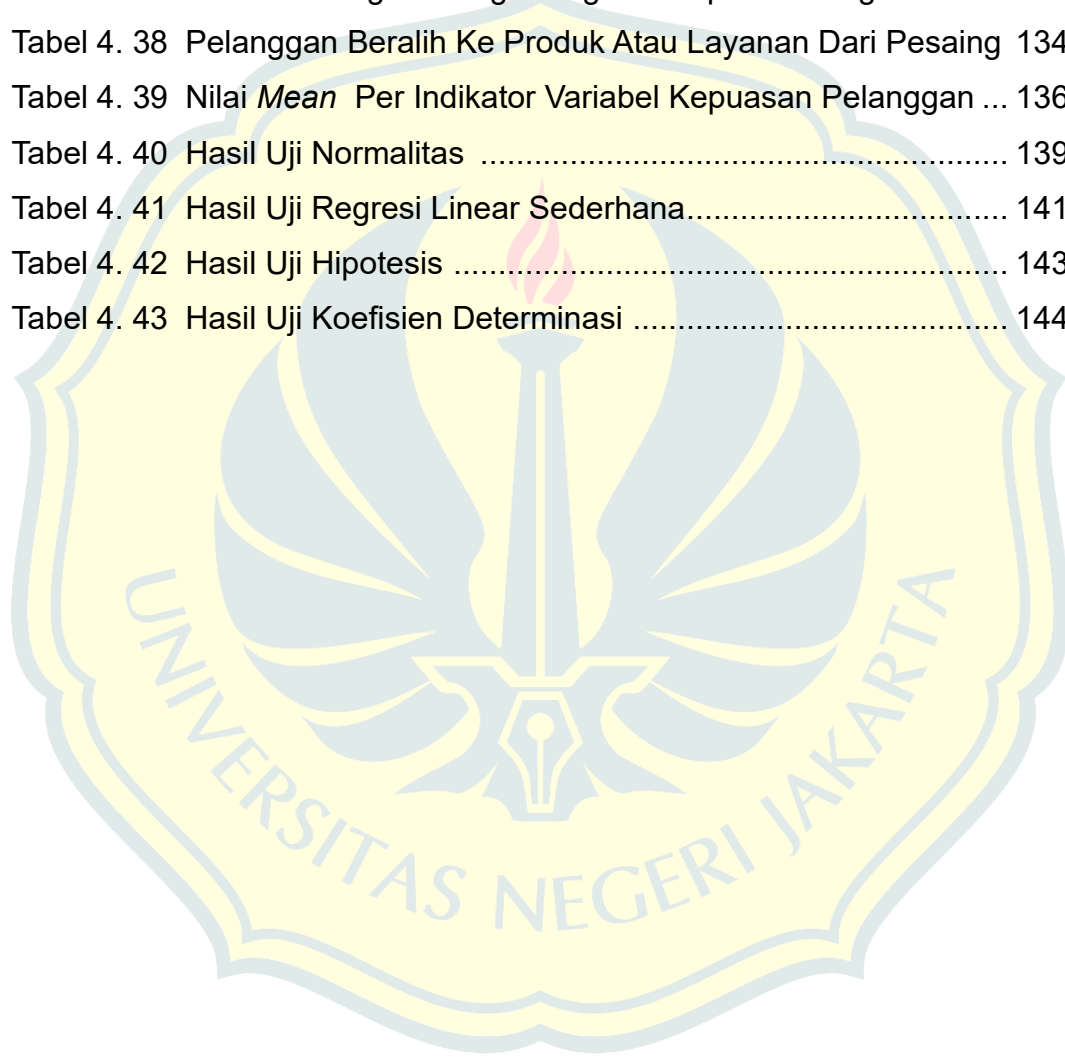
*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR TABEL

|             |                                                                            |     |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2. 1  | Penelitian Terdahulu .....                                                 | 41  |
| Tabel 3. 1  | Nilai Pengukuran KMO .....                                                 | 64  |
| Tabel 3. 2  | Validitas Variabel Komunikasi Interpersonal (X) .....                      | 65  |
| Tabel 3. 3  | Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....                            | 66  |
| Tabel 3. 4  | Nilai Pengukuran Cronbach's Alpha .....                                    | 67  |
| Tabel 3. 5  | <i>Case Processing Summary</i> Variabel Komunikasi Interpersonal (X) ..... | 68  |
| Tabel 3. 6  | Reliabilitas Variabel Komunikasi Interpersonal (X) .....                   | 68  |
| Tabel 3. 7  | <i>Case Processing Summary</i> Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....       | 69  |
| Tabel 3. 8  | Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....                         | 70  |
| Tabel 3. 9  | Kriteria Koefisien Determinasi .....                                       | 74  |
| Tabel 4. 1  | Kemampuan Menyampaikan Pesan Secara Jelas .....                            | 91  |
| Tabel 4. 2  | Kemampuan Menerima Dan Memahami Pesan Dari Lawan Bicara .....              | 92  |
| Tabel 4. 3  | Kemampuan Menerima Dan Memahami Pesan Dari Lawan Bicara .....              | 93  |
| Tabel 4. 4  | Kejelasan Isi Pesan .....                                                  | 94  |
| Tabel 4. 5  | Kesesuaian Pesan Verbal, Nonverbal Dan Metakomunikasi .....                | 95  |
| Tabel 4. 6  | Intonasi Dan Ekspresi Yang Mendukung Pesan .....                           | 96  |
| Tabel 4. 7  | Penggunaan Saluran Komunikasi Yang Sesuai .....                            | 98  |
| Tabel 4. 8  | Kemudahan Penerima Dalam Mengakses Pesan .....                             | 99  |
| Tabel 4. 9  | Gangguan Internet Yang Buruk .....                                         | 100 |
| Tabel 4. 10 | Perbedaan Pemahaman Terhadap Arti Kata Atau Istilah ...                    | 101 |
| Tabel 4. 11 | Kesalahan Memahami Pesan .....                                             | 102 |
| Tabel 4. 12 | Lingkungan Yang Kondusif Komunikasi Akan Efektif .....                     | 104 |
| Tabel 4. 13 | Keadaan Emosi Dan Suasana Hati Pihak Yang Berkomunikasi .....              | 105 |

|                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4. 14 Hubungan Professional Dan Saling Menghargai .....                                                | 106 |
| Tabel 4. 15 Ketepatan Waktu Akan Membantu Pesan Diterima Lebih Baik .....                                    | 107 |
| Tabel 4. 16 Pengaruh Sikap/Keputusan Membeli .....                                                           | 108 |
| Tabel 4. 17 Kejujuran Dalam Informasi Produk .....                                                           | 109 |
| Tabel 4. 18 Kejujuran Dalam Informasi Produk .....                                                           | 110 |
| Tabel 4. 19 Nilai <i>Mean</i> Per Indikator Variabel Komunikasi I<br>nterpersonal.....                       | 113 |
| Tabel 4. 20 Tingkat Kepuasan Umum Untuk Barang Atau Layanan .....                                            | 115 |
| Tabel 4. 21 Tingkat Kepuasan Umum Untuk Barang Atau Layanan .....                                            | 117 |
| Tabel 4. 22 Perbandingan Tingkat Kepuasan Untuk Barang / Layanan<br>Perusahaan Dengan Pesaing Lain. ....     | 118 |
| Tabel 4. 23 Lama Waktu Layanan Saat Melayani Pelanggan. ....                                                 | 119 |
| Tabel 4. 24 Senyuman Dan Perilaku Staf Saat Memberikan<br>Pelayanan. ....                                    | 120 |
| Tabel 4. 25 Standar Produk Atau Jasa Yang Ditawarkan. ....                                                   | 121 |
| Tabel 4. 26 Standar Produk Atau Jasa Yang Ditawarkan. ....                                                   | 122 |
| Tabel 4. 27 Tingkat Kesesuaian Antara Harapan Konsumen Dan<br>Kenyataan Layanan. ....                        | 123 |
| Tabel 4. 28 Evaluasi Tentang Kecepatan Pelayanan, Serta Kesopanan<br>Petugas .....                           | 124 |
| Tabel 4. 29 Evaluasi Tentang Kecepatan Pelayanan, Serta Kesopanan<br>Petugas .....                           | 125 |
| Tabel 4. 30 Keinginan Untuk Menggunakan Kembali Produk Atau<br>Layanan .....                                 | 126 |
| Tabel 4. 31 Keinginan Untuk Menggunakan Kembali Produk Atau<br>Layanan .....                                 | 127 |
| Tabel 4. 32 Produk Atau Layanan Menjadi Pilihan Utama Ketika<br>Kebutuhan Yang Sama Muncul Lagi .....        | 128 |
| Tabel 4. 33 Minat Dan Rencana Konsumen Untuk Merekomendasikan<br>Barang Atau Layanan Kepada Orang Lain ..... | 129 |

|                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4. 34 Minat Dan Rencana Konsumen Untuk Merekomendasikan<br>Barang Atau Layanan Kepada Orang Lain ..... | 130 |
| Tabel 4. 35 Frekuensi Dan Tipe Keluhan Dari Pelanggan .....                                                  | 131 |
| Tabel 4. 36 Pengembalian Barang .....                                                                        | 132 |
| Tabel 4. 37 Informasi Negatif Yang Dibagikan Kepada Orang Lain .....                                         | 133 |
| Tabel 4. 38 Pelanggan Beralih Ke Produk Atau Layanan Dari Pesaing                                            | 134 |
| Tabel 4. 39 Nilai <i>Mean</i> Per Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan ...                                  | 136 |
| Tabel 4. 40 Hasil Uji Normalitas .....                                                                       | 139 |
| Tabel 4. 41 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....                                                          | 141 |
| Tabel 4. 42 Hasil Uji Hipotesis .....                                                                        | 143 |
| Tabel 4. 43 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                                            | 144 |



*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Data Penggunaan Internet di Indonesia.....                                               | 2  |
| Gambar 1. 2 Adanya kurang informasi terkait produk.....                                              | 8  |
| Gambar 1. 3 Pelanggan pernah di-kick oleh admin sehingga tidak bisa<br>join grup Whatsapp lagi. .... | 8  |
| Gambar 1. 4 <i>Pudu_Sun</i> dan Jajan By Yuno.....                                                   | 10 |
| Gambar 1. 5 Perbedaan Lainnya dari <i>Pudu_Sun</i> dan Jajan By Yuno.....                            | 12 |



*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR GRAFIK

|                                                                                  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------|--|
| Grafik 4. 1 Nilai <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Komunikasi Interpersonal .112 |  |
| Grafik 4. 2 Nilai <i>Mean</i> Per Dimensi Variabel Kepuasan Pelanggan ..... 135  |  |
| Grafik 4. 3 Hasil Uji <i>Scatter Plot</i> ..... 140                              |  |



*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                              |        |
|--------------------------------------------------------------|--------|
| Lampiran 1 Tabel Operasional Konsep .....                    | xix    |
| Lampiran 2 Bukti Submit Artikel Jurnal .....                 | xxii   |
| Lampiran 3 Draft Pernyataan Kuesioner .....                  | xxiii  |
| Lampiran 4 Bukti Dokumentasi Responden Penelitian .....      | xxviii |
| Lampiran 5 Tabulasi Data .....                               | xxx    |
| Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....        | xxxiii |
| Lampiran 7 Hasil Uji Univariat .....                         | xxxv   |
| Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana ..... | xxxvii |
| Lampiran 9 Turnitin .....                                    | xxxix  |
| Lampiran 10 Biodata Peneliti .....                           | xl     |



*Intelligentia - Dignitas*