

**HUBUNGAN ANTARA TINGKAT PEMBERIAN INFORMASI  
DAN KEMAMPUAN RESPON PELANGGAN  
DI FRAPPIO *COFFEEHOUSE AND ICE CREAM*  
YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

**oleh**

**EFHA VAUELINA PANDIA**

**05 09 02706 / kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2010**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### HUBUNGAN ANTARA TINGKAT PEMBERIAN INFORMASI DAN KEMAMPUAN RESPON PELANGGAN DI FRAPPIO *COFFEEHOUSE AND ICE CREAM* YOGYAKARTA

#### SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
S.Sos pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

**EFHA VAUELINA PANDIA**

**No. Mhs : 02706 / KOM**

Disetujui oleh :

**Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si**

**Dosen Pembimbing**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2010

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : HUBUNGAN ANTARA TINGKAT PEMBERIAN INFORMASI  
DAN KEMAMPUAN RESPON PELANGGAN DI FRAPPIO  
*COFFEEHOUSE AND ICE CREAM* YOGYAKARTA

Penyusun : Efha Vaelina Pandia  
NIM : 05 09 02706

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Senin/ 11 Oktober 2010  
Pukul : 09.00 WIB  
Tempat : Ruang Pendaran II

### TIM PENGUJI

Dr. MC Ninik Sri Rejeki M.Si

\_\_\_\_\_  
Penguji Utama

Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos, M.Si

\_\_\_\_\_  
Penguji I

Drs. Setio Budi HH, M.Si

\_\_\_\_\_  
Penguji II



\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Efha Vaelina Pandia  
No. Mahasiswa : 05 09 02706  
Program studi : Ilmu Komunikasi  
Judul karya tulis : **Hubungan Antara Tingkat Pemberian Informasi dan Kemampuan Respon Pelanggan di Frappio Coffeehouse and Ice Cream Yogyakarta**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan *plagiarism*, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lainnya yang pada hakikatnya merupakan karya tulis akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi mengukuhkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 11 Oktober 2010



(Efha Vaelina Pandia)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan karya ini dari hati yang terdalam  
untuk semua yang terkasih  
dan yang selalu mendukungku dalam suka dan duka.*

*" We do know that a mistake may lead us  
to a new success, a new idea, or many new ideas.  
Just believe in you and let your daily motto be,  
"I Can Do Anything!"  
You are the best creature  
God created and you do deserve such self-motivation."*

*(Shatha Zahran -- Jordan)*

**“SIAPA YANG PERCAYA KEPADA HATINYA SENDIRI  
ADALAH ORANG BEBAL,  
TETAPI SIAPA BERLAKU DENGAN BIJAK AKAN SELAMAT”.**  
(AMSAL 28 : 26)

*“... dan aku percaya semua akan indah pada waktunya”*

*\_Legra\_*


## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti-hentinya penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena dengan berkat dan perlindungannyaalah sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya tulis tugas akhir yang berjudul “ Hubungan Antara Tingkat Pemberian Informasi dan Kemampuan Respon Pelanggan di Frappio *Coffeehouse and Ice Cream* Yogyakarta”. Tidak jarang rintangan yang dihadapi selama proses penyusunan ini tetapi semuanya dapat dilewati dengan baik berkat bantuan banyak pihak didalamnya.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini banyak bantuan dorongan, informasi, bimbingan dan pengarahan yang diterima dari berbagai pihak. Oleh karen itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan pertolonganNya untuk menguatkanku dalam hidup. Aku percaya semua rencanaMu indah pada waktunya.
2. Ibu Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberi waktu, membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis, sehingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih banyak buat semua ilmu baru yang saya dapatkan selama proses bimbingan, semoga Tuhan memberkati Ibu selalu.
3. Ibu Ike Devi S.,S.Sos,M,Si dan Bapak Setio Budi HH, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan terhadap hasil penulisan skripsi ini.
4. *Owner* dan Manajemannya dari Frappio *Coffeehouse and Ice Cream* Yogyakarta, khususnya Mas Ecko selaku manajer Marketing dan Operasional yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian di Frappio *Coffeehouse and Ice Cream* Yogyakarta.

5. Kedua Orangtuaku yang terkasih. Bapak B.Pandia dan Ibu Megawati atas doa, dukungannya dalam segala hal, cinta, dan kesabarannya selama ini kepada penulis terutama dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Rasanya tidak ada kata yang tepat untuk menggambarkan rasa terima kasih penulis kepada keduanya hanya doa semoga Tuhan selalu menyertai papa dan mama.
6. Kedua adikku yang tercinta, Enda dan Ello atas dukungan doa, dan kasihnya. Kalian menjadi salah satu motivator kakak untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga kakak bisa memberikan contoh yang baik kepada kalian berdua diantara semua kekurangan kakak.
7. Sahabat-sahabat SMAku tercinta, *seven7een, chocolines*. Walaupun kita jarang beretemu tetapi dukungan doa dan kisah persahabatan kita membantuku melewati masa-masa tersulit dalam hidup. Khususnya kepada sahabat dan saudariku terkasih alm.Shindy Stephanie Siregar, sudah kuselesaikan tugasku disini sebagai mahasiswa yang dulu kita mulai bersama, akan kulanjutkan hidupku mencoba meraih semua mimpi yang dulu sering kita bayangkan. Semua cerita dan kasihmu akan selalu kukenang sahabat.
8. Semua teman-teman Barista di Frappio, khususnya angkatan 7 Bukan Barista Biasa (BBB) kiki, icang, agung, andre, galuh, remang. Terimakasih atas pengalaman dan kerjasamanya selama di Frappio. Mengenal kalian menambah cerita baru lagi didalam hidupku. *Thanks a latte guys!* Terimakasih buat adde/ eyang sepuh terimakasih buat dukungan referensi buku-bukunya yang sangat membantu selama proses penyusunan skripsi. *I do not have the right words to say how important your are in my life. Thanks a lot for the patience, make sacrifices and encouragement at times when I was almost desperate in doing this thesis. May God always bless you.*

- 
9. Buat semua teman-teman Fisip Angkatan '05 yang masih berjuang. Jangan menyerah, hambatan pasti selalu datang tapi yakin semua akan teratasi dengan baik dan semoga kita bisa menjadi manusia yang sukses kelak. Tuhan berkati.
  10. Semua staf TU FISIP, Perpustakaan UAJY dan mas-mas CS, terimakasih buat bantuannya selama saya menimba ilmu di sini dan selama proses penyusunan skripsi ini.
  11. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya ucapkan terima kasih banyak.

Menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, maka tidak menutup kemungkinan untuk adanya saran dan kritik demi kesempurnaan penulisan ini.

Akhir kata, semoga penulisan ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 11 Oktober 2010

(Efha Vaelina Pandia)



## DAFTAR ISI

### Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Kerangka Teori .....	9
E.1 Pengertian Komunikasi .....	9
E.2 Teori Pengurangan Ketidakpastian .....	14
E.2.1 Asumsi Teori Pengurangan Ketidakpastian.....	16
E.2.2 Aksioma Tentang Teori Ketidakpastian.....	19
E.3 Pelanggan Sebagai Bagian dari Publik Perusahaan .....	23
E.4 Hubungan Pelanggan .....	25

E.5 Atribut – Atribut dalam Hubungan Pelanggan .....	28
E.6 Definisi <i>Coffeeshop</i> .....	31
F. Kerangka Konsep .....	34
G. Definisi Operasional .....	39
G.1 Tingkat Pemberian Informasi .....	39
G.2 Keluasan Wawasan .....	40
G.3 Kemampuan Respon .....	40
H. Hipotesis .....	43
I. Metodologi Penelitian .....	44
1. Jenis Penelitian .....	44
2. Metode Penelitian .....	45
3. Lokasi Penelitian .....	45
4. Objek Penelitian .....	45
5. Populasi dan Sampel .....	45
a. Populasi .....	45
b. Sampel .....	46
6. Teknik Pengumpulan Data .....	47
7. Teknik Skala Pengukuran .....	48
8. Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB II. GAMBARAN UMUM ORGANISASI .....</b>	<b>53</b>
A. Latar Belakang Berdirinya Perusahaan .....	53
B. Merk Frappio .....	54
C. Visi dan Misi Perusahaan .....	54
D. Lokasi Perusahaan .....	55
E. Produk dan Fasilitas .....	56
E.1 Produk .....	56
E.2 Fasilitas .....	57
F. Struktur Organisasi .....	58
G. Barista di Frappio <i>Coffeehouse and Ice Cream</i> .....	61
H. Pelanggan Frappio .....	68

**BAB III. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....70**

**A. Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....71**

1. Pengujian Validitas .....71

a. Uji Validitas pada Variabel Tingkat Pemberian Informasi .....72

b. Uji Validitas pada Variabel Kemampuan Respon .....73

c. Uji Validitas pada Variabel Keluasan Wawasan Pelanggan .....74

2. Pengujian Reliabilitas .....75

**B. Analisis dan Interpretasi Data .....76**

1. Distribusi Frekuensi .....76

a. Usia .....77

b. Jenis Kelamin .....78

c. Variabel Tingkat Pemberian Informasi .....80

d. Variabel Keluasan Wawasan Pelanggan .....90

e. Variabel Kemampuan Respon Pelanggan .....101

2. Korelasi Antara Variabel Tingkat Pemberian Informasi (X) dan Kemampuan Respon Pelanggan (Y) .....123

3. Korelasi Parsial Antara Variabel Tingkat Pemberian Informasi (X), dan Kemampuan Respon Pelanggan (Y) dikontrol dengan Variabel Keluasan Wawasan Pelanggan (Z) .....126

**BAB IV. PENUTUP .....130**

**A. Kesimpulan .....130**

**B. Saran .....131**

1. Akademis .....131

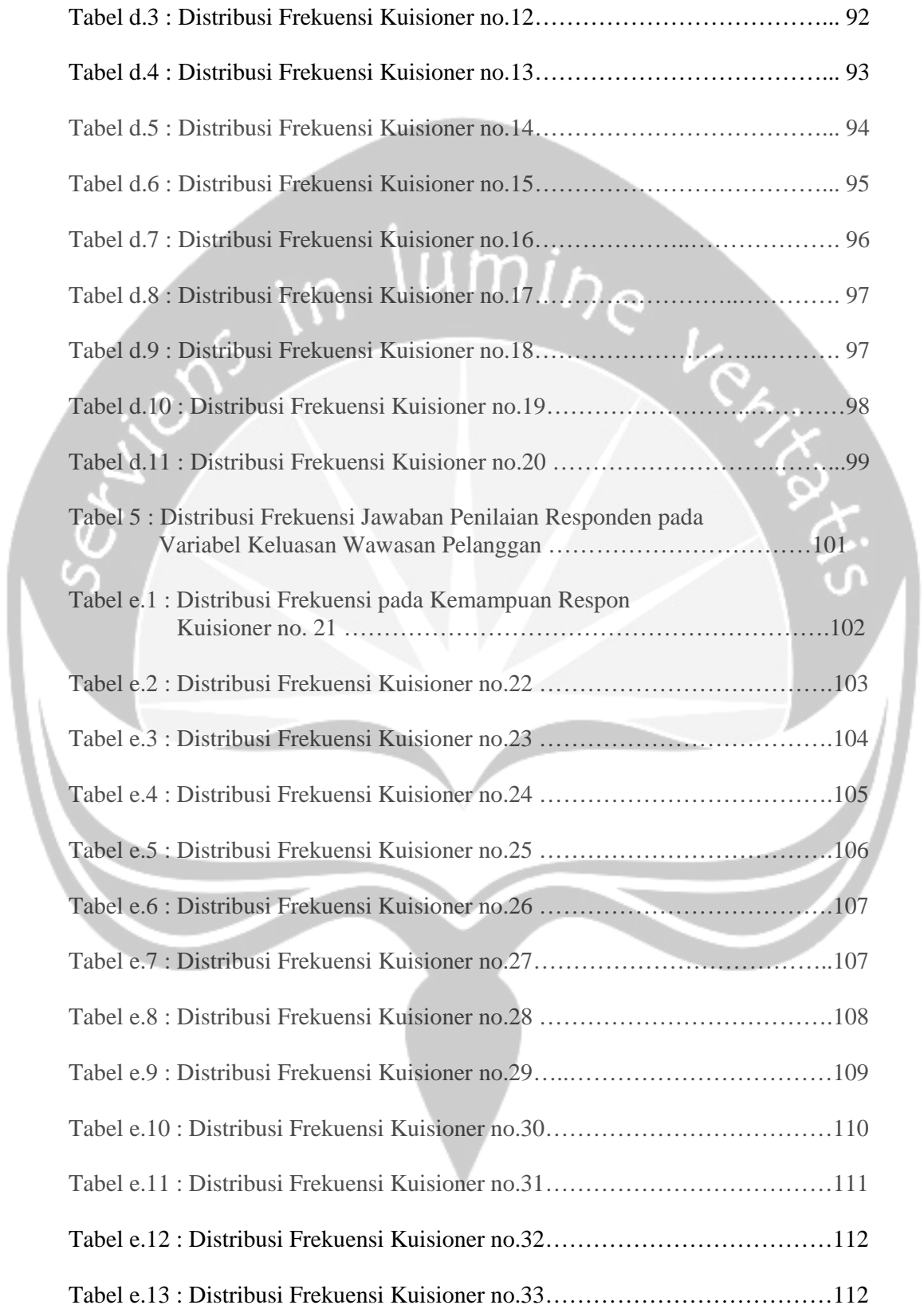
2. Praktis .....133

**DAFTAR PUSTAKA .....135**

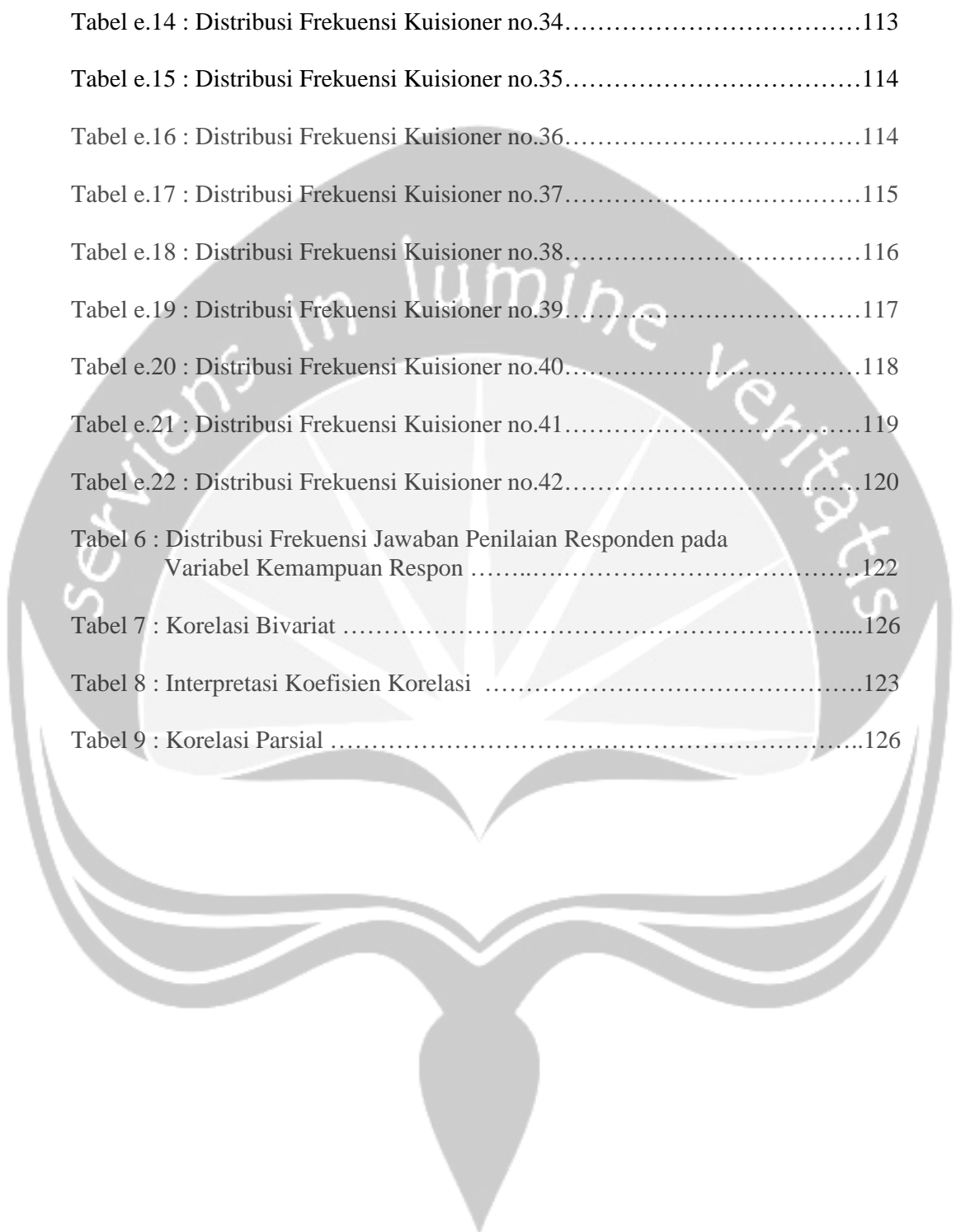
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Aksioma Teori Pengurangan Ketidakpastian.....	22
Tabel 1.2 : Definisi Operasional.....	42
Tabel 2 : Kategori Menu Frappio .....	57
Tabel 3.1 : Uji Validitas Tingkat Pemberian Informasi.....	72
Tabel 3.2 : Uji Validitas Kemampuan Respon.....	73
Tabel 3.3 : Uji Validitas Keluasan Wawasan Pelanggan.....	74
Tabel 3.4 : Uji Reliabilitas.....	76
Tabel a : Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia.....	77
Tabel b : Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel c.1 : Distribusi Frekuensi pada Variabel Tingkat Pemberian Informasi Kuisisioner no.1.....	80
Tabel c.2 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.2.....	81
Tabel c.3 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.3.....	82
Tabel c.4 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.4.....	83
Tabel c.5 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.5.....	84
Tabel c.6 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.6.....	85
Tabel c.7 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.7.....	86
Tabel c.8 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.8.....	87
Tabel c.9 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.9.....	88
Tabel 4 : Distribusi Frekuensi Jawaban Penilaian Responden pada Variabel Tingkat Pemberian Informasi.....	89
Tabel d.1 : Distribusi Frekuensi pada Keluasan Wawasan Pelanggan Kuisisioner no. 10.....	90
Tabel d.2 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.11.....	91



Tabel d.3 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.12.....	92
Tabel d.4 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.13.....	93
Tabel d.5 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.14.....	94
Tabel d.6 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.15.....	95
Tabel d.7 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.16.....	96
Tabel d.8 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.17.....	97
Tabel d.9 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.18.....	97
Tabel d.10 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.19.....	98
Tabel d.11 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.20 .....	99
Tabel 5 : Distribusi Frekuensi Jawaban Penilaian Responden pada Variabel Keluasan Wawasan Pelanggan .....	101
Tabel e.1 : Distribusi Frekuensi pada Kemampuan Respon Kuisisioner no. 21 .....	102
Tabel e.2 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.22 .....	103
Tabel e.3 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.23 .....	104
Tabel e.4 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.24 .....	105
Tabel e.5 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.25 .....	106
Tabel e.6 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.26 .....	107
Tabel e.7 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.27.....	107
Tabel e.8 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.28 .....	108
Tabel e.9 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.29.....	109
Tabel e.10 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.30.....	110
Tabel e.11 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.31.....	111
Tabel e.12 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.32.....	112
Tabel e.13 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.33.....	112



Tabel e.14 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.34.....	113
Tabel e.15 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.35.....	114
Tabel e.16 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.36.....	114
Tabel e.17 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.37.....	115
Tabel e.18 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.38.....	116
Tabel e.19 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.39.....	117
Tabel e.20 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.40.....	118
Tabel e.21 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.41.....	119
Tabel e.22 : Distribusi Frekuensi Kuisisioner no.42.....	120
Tabel 6 : Distribusi Frekuensi Jawaban Penilaian Responden pada Variabel Kemampuan Respon .....	122
Tabel 7 : Korelasi Bivariat .....	126
Tabel 8 : Interpretasi Koefisien Korelasi .....	123
Tabel 9 : Korelasi Parsial .....	126

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Output Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 : Data Primer Kuisisioner

Lampiran 4 : Output Hasil Data Dstribusi Frekuensi (Variabel Tingkat Pemberian Informasi, Keluasan Wawasan Pelanggan dan Kemampuan Berperilaku)

Lampiran 5 : Output Data Hasil Korelasi Parsial



## ABSTRAK

Hubungan dengan pelanggan adalah salah satu hal penting yang diperhatikan oleh setiap perusahaan. Salah satunya adalah *coffeeshop*, tempat yang tidak hanya menjual produk makanan dan minuman tetapi juga menjual suasana termasuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Hubungan baik bukan hanya sekedar hubungan antara pelanggan dan pembeli, tetapi di dalamnya terdapat proses komunikasi melalui saluran interpersonal. Komunikasi interpersonal dapat menjadi salah satu strategi yang digunakan dalam menjalin hubungan pelanggan, karena komunikasi Interpersonal merupakan salah satu cara yang paling efektif dalam menjalin sebuah hubungan, dapat tercipta suatu hubungan yang baik dan berkesinambungan, sehingga tujuannya pada jangka panjang dapat menciptakan loyalitas pelanggan bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini menggunakan *uncertainty reduction theory* (URT) di dalam komunikasi interpersonal sebagai landasan untuk melihat hubungan antara tingkat pemberian informasi dan kemampuan respon pelanggan Frappio. Tidak jarang ditemui keadaan dimana pelanggan merasa tidak pasti dan tidak nyaman dalam berperilaku atau bingung ketika berkunjung ke *coffeeshop* dan hal ini dapat disebabkan oleh ketidakpastian dan ketidaktahuan pelanggan dalam berhubungan dengan barista dan berperilaku di Frappio. Di dalam URT disebutkan bahwa pemberian informasi yang sesuai akan membantu komunikasi diantara dua orang menjadi lebih nyaman, ditambah lagi apabila salah satunya mempunyai pengetahuan yang berhubungan dengan proses komunikasi tersebut, maka akan sangat membantu dalam merespon dan berperilaku akan orang lain. Sehingga keluasan wawasan digunakan dalam penelitian ini untuk menguatkan atau melemahkan hubungan antara keduanya

Tingkat pemberian informasi merupakan variabel bebas. Kemampuan respon merupakan variabel terikat, dan keluasan wawasan pelanggan adalah variabel antara, yakni yang memperkuat atau memperlemah hubungan. Tingkat pemberian informasi diukur melalui penguasaan informasi, kejelasan dan kelengkapan informasi yang diberikan oleh barista. Kemampuan respon diukur melalui *awaranness, interest, evaluation, trial* dan *adoption*. Sementara itu keluasan wawasan diukur dari pengalaman, pengetahuan dan pemahaman pelanggan mengenai *coffeeshop* dan hubungan dirinya dengan orang-orang didalamnya. Untuk mengukur hubungan variabel tersebut digunakan metode survei dengan menyebarkan kuisioner kepada sampel dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara tingkat pemberian informasi dan kemampuan respon yang dikuatkan dengan keluasan wawasan pelanggan dan hubungan tersebut berarah positif. Hal ini sesuai URT yang menyebutkan bahwa pemberian informasi yang sesuai dan pengetahuan yang dimiliki dapat membantu merubah keadaan tidak pasti diantara dua orang menjadi pasti sehingga terjalin hubungan yang baik. Bagi Frappio, berarti terjalin komunikasi interpersonal yang baik dengan pelanggan, sehingga pelanggan merasa nyaman dan diharapkan dalam jangka panjang dapat berdampak baik dengan terbentuknya loyalitas pelanggan bagi perusahaan.

**Kata Kunci** : hubungan pelanggan, komunikasi interpersonal, tingkat pemberian informasi, kemampuan respon, keluasan wawasan pelanggan.