

SKRIPSI

**HUBUNGAN REGRESI KOMUNIKASI INTERPERSONAL
KARYAWAN COKLAT CAFESHOP DAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

Dosen Pembimbing : Ike Devi S., S.Sos., M.Si.



**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Strata Satu (S-1) Prodi Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

GREGORIUS CHRISNA WIRAWAN

NIM 02 09 01928

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

2010

HALAMAN PERSETUJUAN

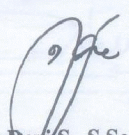
**HUBUNGAN REGRESI KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN
COKLAT CAFESHOP DAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN**

Diajukan Oleh:

Nama : Gregorius Chrisna Wirawan
NIM : 02 09 01928
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Studi : Jurnalistik

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 25 Maret 2010

Dosen Pembimbing


Ike Devi S., S.Sos., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi

**HUBUNGAN REGRESI KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN
COKLAT CAFESHOP DAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN**

Penyusun : Gregorius Chrisna Wirawan

NIM : 02 09 01928

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Senin, 8 Maret 2010

Pukul : 12.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. MC. Ninik Sri rejeki, M.Si

Penguji Utama

Ike Devi S., S.Sos., M.Si

Penguji I

Drs. Setio Budi HH, M.Si

Penguji II



Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : GREGORIUS CHRISNA WIRAWAN
NIM : 02 09 1928
Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Karya Tulis : HUBUNGAN REGRESI KOMUNIKASI INTERPERSONAL
KARYAWAN COKLAT CAFESHOP DAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN

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

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

Bila dikemudian 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/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 24 Maret 2010

Saya yang menyatakan



(Gregorius Chrisna Wirawan)



**Kupersembahkan bagi semua orang yang kusayangi
Terutama bagi Didy yang senantiasa menjadi penyemangatku**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan, anugerah, hikmat, dan akal budi yang diberikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa semua ini tidak akan terjadi tanpa pertolongan dari Tuhan.

Banyak peristiwa suka maupun duka yang dialami peneliti selama proses mengerjakan skripsi ini, dan semuanya itu tidak terlepas dari orang-orang yang turut membantu peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Ike Devi S., S.Sos., M.Si, selaku pembimbing skripsi peneliti, untuk segala waktu, bimbingan, kritik, dan saran yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini.
2. Para responden yang sudah meluangkan waktu di sela pekerjaannya untuk kerjasamanya dalam pengambilan data.
3. Catarina Laboure Dian Noviana sahabat dekat peneliti, untuk waktu, masukan dan saran yang sudah diberikan sehingga peneliti lebih dapat berpikir terbuka selama proses pembuatan penelitian skripsi.
4. Segenap anak-anak G-Spot (Bu Detty, Om Didit, Gendhel, Bhanu, Lintang, KoMo, Poer, Si Bhe, Haryo, Yulek, Bagaw, Danesh dan kawan-kawan) sebagai teman-teman dalam satu komunitas atas dukungan, saran dan kritik serta usaha yang sudah diberikan kepada peneliti sangat membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Segenap anak-anak Hantu KAEM (Adi, Conk-Conk, Tirex, Denfrie, HDK, Popo, Lutung, Anung, Husni, Condro, Najib, Edi, dan kawan-kawan) sebagai teman-teman disaat peneliti mengerjakan penelitian ini.

6. Citra, Uphyt dan Ian sebagai teman sekaligus pemilik *Coklat Cafeshop* yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di *Coklat Cafeshop*.
7. Oka, Erika dan Bima yang sudah membantu peneliti dalam proses memperoleh responden penelitian dan pengolahan data.
8. Mama tersayang dan bapak peneliti yang selalu *ngoyak-oyak* peneliti setiap waktu namun juga sudah terbuka hati menerima keterlambatan peneliti dalam kelulusan. Kepada keluarga besar Prawirowinoto atas segala doa, dukungan, sehingga peneliti tetap dapat percaya diri mampu menerjang hambatan dalam penyelesaian skripsi.
9. Andre adikku tersayang yang sudah membuat semangat peneliti untuk segera mengejar kelulusannya.
10. Teman-teman SS, dosen-dosen dan staf Pusat Bahasa (Pak Mugi, Bu Vita, Bu Sri, Mas Sapto, Pak Maulaka) atas semangat nya serta Bu Bening atas peminjaman laptop untuk digunakan peneliti sewaktu pendadaran.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, segala masukan yang membangun atas kekurangan dalam penulisan skripsi ini sangat peneliti harapkan.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat. Terima kasih.

Yogyakarta, Februari 2010

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Konsep	6
1. Komunikasi	6
2. Komunikasi Interpersonal	7
3. Loyalitas Konsumen	8
F. Definisi Operasional	11
G. Hipotesis	14
H. Metode Penelitian	15
BAB II PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Loyalitas Konsumen	22
1. Dimensi Komunikasi Interpersonal antara Karyawan dengan Pelanggan <i>Coklat CafeShop</i>	22

2. Dimensi Loyalitas Pelanggan terhadap Komunikasi	
Interpersonal antara karyawan dengan Pelanggan	
<i>Coklat CafeShop</i>	38
3. Perhitungan Korelasi dan Regresi Sederhana	47
a. Korelasi Pearson	47
b. Regresi Sederhana	49
B. Analisis	51
BAB III PENUTUP	
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert	19
Tabel 1.2	Interpretasi Koefisien Korelasi	20
Tabel 2.1	Kegiatan menyapa	23
Tabel 2.2	Pemberian Saran	24
Tabel 2.3	Pemberian Penjelasan	24
Tabel 2.4	Mendengarkan Cerita	25
Tabel 2.5	Memberitahukan Kekurangan Pelayanan	26
Tabel 2.6	Kepekaan	27
Tabel 2.7	Penyediaan Kebutuhan Pelanggan	28
Tabel 2.8	Hafal Keinginan Pelanggan	28
Tabel 2.9	Saran Positif	29
Tabel 2.10	Kemampuan Berinteraksi	30
Tabel 2.11	Kesabaran	30
Tabel 2.12	Cekatan	31
Tabel 2.13	Komunikatif	32
Tabel 2.14	Kecepatan Pelayanan	32
Tabel 2.15	Pemberian Perhatian	33
Tabel 2.16	Pemberian Pujian	34
Tabel 2.17	Kemampuan Memberikan Penjelasan	35
Tabel 2.18	Ucapan Terima Kasih	35
Tabel 2.19	Kemampuan Mencairkan Suasana	36
Tabel 2.20	Kemampuan Menjalin Persahabatan	37
Tabel 2.21	Kemampuan Berdiskusi	38
Tabel 2.22	Kemampuan untuk Bertukar Pikiran	39
Tabel 2.23	Kesamaan Pelayanan	40
Tabel 2.24	Sikap Menghargai	41
Tabel 2.25	Kemampuan Bertutur Kata dengan Baik	41

Tabel 2.26	Kepuasan terhadap Pelayanan	42
Tabel 2.27	Tempat yang Nyaman	43
Tabel 2.28	Puas terhadap Produk	44
Tabel 2.29	Cafe Shop Pilihan Utama	45
Tabel 2.30	Suasana Nyaman	46
Tabel 2.31	Kesabaran untuk Menunggu	47
Tabel 2.32	Rutinitas Kunjungan	47
Tabel 2.33	Tempat Pertemuan	48
Tabel 2.34	Merekomendasikan Produk	49
Tabel 2.35	Kepuasan terhadap Produk	49
Tabel 2.36	Hafal Menu	50
Tabel 2.37	Membawa Pulang Produk	51
Tabel 2.38	Korelasi Pearson	52
Tabel 2.39	Interpretasi Koefisien Korelasi	52
Tabel 2.40	Distribusi Responden Komunikasi Interpersonal	88
Tabel 2.41	Distribusi Responden Loyalitas Pelanggan	90
Tabel 2.42	Korelasi Komunikasi Interpersonal dengan Loyalitas Pelanggan	78

ABSTRAK

Dunia bisnis saat ini seperti *cafe shop* banyak kita temui dimana-mana. Masing-masing *cafe shop* menawarkan berbagai kelebihan yang sekiranya dapat menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu tak jarang *cafe shop* dijadikan tempat untuk bertemu klien, berkumpul dengan teman-teman atau kerabat, dan lain sebagainya.

Untuk dapat merebut perhatian konsumen, maka masing-masing *cafe shop* harus menerapkan strategi yang tepat untuk dijalankan. Salah satu strategi yang perlu diterapkan dengan baik yaitu strategi yang berkaitan dengan Komunikasi Interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan secara dua arah. Komunikasi Interpersonal merupakan salah satu cara yang paling efektif dalam menjalin sebuah hubungan, meskipun terlihat tidak khusus namun dengan komunikasi interpersonal dapat tercipta suatu hubungan yang baik dan berkesinambungan. Dalam persaingan dunia bisnis yang ada saat ini, banyak perusahaan yang memikirkan berbagai cara untuk merebut hati konsumen, sehingga terkadang melupakan komunikasi sebagai salah satu cara yang ampuh dalam merebut hati konsumen.

Komunikasi Interpersonal memberikan titik terang kepada perusahaan mengenai bagaimana cara berkomunikasi yang baik kepada konsumen, serta hal apa sajakah yang menjadi topik perbincangan. Berbagai bentuk komunikasi memang telah dilakukan, namun jarang sekali perusahaan yang menggunakan konsep komunikasi interpersonal sebagai jembatan penghubung dengan konsumen. Konsep komunikasi interpersonal ini sebenarnya diartikan sebagai komunikasi yang lebih mendalam dengan konsumen, sehingga dapat tercipta suasana yang diinginkan.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui hubungan komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh *Coklat CafeShop* berdasarkan teori komunikasi interpersonal oleh Joseph A Devito yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan terhadap pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data yang bersifat numerik dan berdasarkan studi lapangan. Dalam studi lapangan, penulis mengumpulkan data melalui proses kuesioner kepada para anggota *Coklat CafeShop* sebagai responden.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara komunikasi interpersonal karyawan *Coklat CafeShop* terhadap pelanggan sehingga dapat menciptakan loyalitas konsumen. Untuk itu komunikasi interpersonal yang telah diterapkan sekiranya dapat dipertahankan dan dikembangkan lebih lanjut. Serta bentuk-bentuk kekurangan yang ada diharapkan dapat diperbaiki sehingga *Coklat CafeShop* dapat terus

mengembangkan eksistensinya dalam industri *coffee shop*. Selain itu, penulis juga memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak.

