

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan pada permasalahan pokok, yaitu kurangnya komunikasi interpersonal pada Yunamu Coffee Bandung. Hal tersebut dapat diduga serta disebabkan karena tidak dijalankannya peran dimensi-dimensi komunikasi interpersonal secara menyeluruh terhadap Yunamu Coffee Bandung.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian Kuantitatif Eksperimen, metode ini digunakan untuk dapat menjelaskan adakah pengaruh besar Komunikasi Interpersonal (variabel bebas) X terhadap Kepuasan Pelanggan (variable terikat) Y. analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang dimana menggunakan metode Analisis Jalur (*Path Analysis*), yaitu untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variable Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Pelanggan pada Yunamu Coffee Bandung, baik dilakukan secara simultan maupun parsial.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, pengaruh Komunikasi Interpersonal (X) terdiri dari lima dimensi Komunikasi Interpersonal yang dapat meliputi sebagai berikut: Keterbukaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 14,3%, Empati (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 29,5%, Sikap Mendukung (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 16,9%, Sikap positif (X_4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 14,7%, kesetaraan (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 23,4%, sedangkan secara simultan, pengaruh Komunikasi Interpersonal (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), berpengaruh secara signifikan sebesar 74%. Sedangkan terdapat dimensi yang tidak memberikan pengaruh secara signifikan pada parsial dibandingkan dengan dimensi yang lain terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yaitu dimensi Keterbukaan (X_1) dengan besaran 14,3%. Adapun pengaruh lain ϵ diluar Komunikasi Interpersonal (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 43,9%.

Pada kesimpulan penelitian ini didapatkan dua poin yaitu, pertama bahwa dimensi Komunikasi Interpersonal secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kedua, bahwa Komunikasi Interpersonal secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Yunamu Coffee Bandung.

Kata kunci: Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This research is based on the main problem, namely the lack of interpersonal communication at Yunamu Coffee Bandung. This can be expected and is caused by not carrying out the role of the dimensions of interpersonal communication as a whole to Yunamu Coffee Bandung.

In this study, the researcher used a quantitative experimental research method, this method was used to explain whether there was a big influence on interpersonal communication (independent variable) X on customer satisfaction (dependent variable) Y. The analysis used in this study was quantitative analysis which used the Analysis method. Path (Path Analysis), which is to be able to find out how much influence Interpersonal Communication variables on Customer Satisfaction at Yunamu Coffee Bandung, either done simultaneously or partially.

The results show partially, the influence of Interpersonal Communication (X) consists of five dimensions of Interpersonal Communication which can include the following: Openness (X1) has a significant effect on customer satisfaction (Y) by 14.3%, Empathy (X2) has a significant effect on satisfaction customer satisfaction (Y) of 29.5%, Supportive Attitude (X3) has a significant effect on customer satisfaction (Y) of 16.9%, a positive attitude (X4) has a significant effect on customer satisfaction (Y) of 14.7%, equality (X5) has a significant effect on customer satisfaction (Y) by 23.4%, while simultaneously, the influence of Interpersonal Communication (X) on Customer Satisfaction (Y), has a significant effect of 74%. Meanwhile, there are dimensions that do not have a significant effect on partial compared to other dimensions on Customer Satisfaction (Y), namely the Openness dimension (X1) with a magnitude of 14.3%. As for other influences outside Interpersonal Communication (X) on customer satisfaction (Y) of 43.9%.

At the conclusion of this study obtained two points, namely, first that the dimensions of Interpersonal Communication partially affect customer satisfaction. Second, that Interpersonal Communication simultaneously has a significant effect on Customer Satisfaction at Yunamu Coffee Bandung.

Keywords: *Communication, Interpersonal Communication, Customer Satisfaction*

RINGKESAN

Ieu panalungtikan didasarkeun kana masalah utama, nya éta kurangnya komunikasi antarpribadi di Yunamu Coffee Bandung. Hal ieu bisa dipiharep jeung dibaluarkeun ku teu ngalaksanakeun peran diménsi komunikasi antarpribadi sacara gembler ka Yunamu Coffee Bandung.

Dina ieu panalungtikan, panalungtik ngagunakeun métode panalungtikan Ékspérimén Kuantitatif, ieu métode digunakeun pikeun ngadéskripsikeun naha aya pangaruh badag Komunikasi Interpersonal (variabel bebas) X kana Kapuasan Pelanggan (variabel terikat) Y. Analisis anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta kuantitatif. analisis anu ngagunakeun métode Analisis Jalur (Path Analysis), nya éta bisa mikanyaho sabaraha pangaruh variabel Komunikasi Interpersonal kana Kapuasan Pelanggan di Yunamu Coffee Bandung, boh dilakukeun sacara simultan atawa parsial.

Hasilna nuduhkeun sawaréh, pangaruh Komunikasi Interpersonal (X) diwangun ku lima diménsi Komunikasi Interpersonal anu bisa ngawengku ieu di handap: Openness (X1) pangaruh signifikan kana kapuasan customer (Y) ku 14,3%, Empati (X2) miboga pangaruh anu signifikan kana kasugemaan palanggan (Y) 29,5%, Sikep Suportif (X3) pangaruh anu signifikan kana kasugemaan palanggan (Y) 16,9%, sikep positif (X4) pangaruh anu signifikan kana kapuasan palanggan (Y) 14,7 %, kasataraan (X5) pangaruh anu signifikan kana kasugemaan nasabah (Y) sebesar 23,4%, sedengkeun sakaligus pangaruh Komunikasi Interpersonal (X) kana Kapuasan Pelanggan (Y), pangaruh anu signifikan 74%. Samentara éta, aya diménsi anu henteu mangaruhan sacara parsial dibandingkeun jeung diménsi séjénna dina Kapuasan Pelanggan (Y), nya éta dimensi Keterbukaan (X1) kalayan gedéna 14,3%. Sedengkeun pikeun pangaruh séjén di luar Komunikasi Interpersonal (X) kana kapuasan customer (Y) sebesar 43,9%.

Dina kacindekan tina ulikan ieu dimeunangkeun dua titik, nya éta kahiji yén dimensi Komunikasi Interpersonal sabagian mangaruhan kapuasan customer. Kadua, yén Komunikasi Interpersonal sakaligus mibanda pangaruh anu signifikan kana Kapuasan Pelanggan di Yunamu Coffee Bandung.

Konci: *Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, Kapuasan Palanggan*

